

handwerk. magazin

03 / 2018

für unternehmerischen Erfolg

Mehr Infos unter
www.die-neue-bav.de

Die betriebliche
Altersversorgung
geht neue Wege –
wir gehen mit.

SIGNAL IDUNA
gut zu wissen



Die **NEUE** Unternehmerfrau

Selbstbewusst, hochqualifiziert und nun endlich
auch in der Geschäftsführung angekommen.

Fördergelder
Geld für Innovation
und Wachstum

Berufskleidung
Die Bestseller der
Saison im Überblick

New Marketing
Targeting spart Ihnen
Marketingkosten

Transporter TOP DEAL

Angebote nur für Gewerbetreibende



Abbildung enthält Sonderausstattungen.

All-in Leasing

ohne Anzahlung

Der Citan Kasten-
wagen¹ mtl. ab

149 €²_{225€}

Der Vito Kasten-
wagen¹ mtl. ab

189 €²_{275€}

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

Inklusive
4 Jahre
Rundum-
Sorglos-Paket!

Nur bis 31.03.2018

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

Citan 108 CDI Kastenwagen/Vito 109 CDI Kastenwagen:

¹ 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.

CO₂-Emissionen kombiniert (g/km): 112/164–162.

² 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

**In der Verantwortung
angekommen:**

Unternehmerfrauen sind
nicht mehr die Assisten-
tinnen ihrer Männer.

Wer braucht denn ein **UPDATE** für die Gleichberechtigung?

Bewusstseinswandel. Ich kann mich gut an meinen ersten Bundeskongress der Unternehmerfrauen erinnern. Das war 2014 im unterfränkischen Aschaffenburg. Ein Vertreter der Handwerkskammer Frankfurt war als Redner geladen, erklimmte die Bühne und dankte den anwesenden Damen wortgewaltig, wie toll sie ihren Männern doch den Rücken freihalten. Wie klasse sie dafür sorgen, dass er ohne lästige Gedanken an Familie, Kinder, Buchhaltung, Personal, Einkaufen und Wäschewaschen seinem Beruf nachgehen könne. Und überhaupt, dass hinter jedem erfolgreichen Mann eine ... Naja, Sie kennen diese Sprüche.

Ich schaute mich im Saal um und sah in wenig erfreute Gesichter. Das wollte man nicht hören. Zu Recht! Es war das vollkommen überholte Rollenbild der Fünfzigerjahre, die Frau als Heimchen am Herd. Die Damen klatschten ein wenig, wahrscheinlich hätten sie lieber die Fäuste geballt.

Seitdem hat sich einiges geändert. Die Unternehmerfrauen sind selbstbewusster geworden (das ist prima) und haben sich in ihrer neuen Rolle als kompetente und verantwortliche Chefin auf Augenhöhe etabliert. Das belegt eine aktuelle Studie, die wir zum Anlass für unsere Titelseite genommen haben. Wenn sich die Unternehmerfrauen jetzt bei ihrem Kongress auf der IHM mit ihrer Rolle als Unternehmerinnen auseinandersetzen, dann tun sie das unter dem Aspekt „Partnerschaftlich führen im Betrieb“. Dafür gebührt ihnen Respekt.

Die Männerwelt ist mittlerweile vorsichtiger geworden (das ist auch gut so). Denn manche meiner Geschlechtsgenossen innerhalb und außerhalb der Handwerksorganisation brauchen – sorry, Kollegen! – beim Thema Gleichberechtigung dringend ein Update.

Eine anregende Lektüre wünscht



Olaf Deininger, Chefredakteur



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



**Deutsche
PrivatPfleger**

Pflegereform gestartet, aber Pflegelücke bleibt

**Deutsche PrivatPfleger: vielfach
ausgezeichnet, jetzt noch besser.**

Die Deutsche PrivatPfleger bietet:

- Flexible Gestaltung Ihres Pflegeschutzes
- Weltweite Leistungen
- Ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis

**Schnell und unkompliziert per
Online-Abschluss**



Weitere Infos:

www.muenchener-verein.de/pflege



münchener verein
partner der versorgungswerke
Handwerk. In besten Händen.

INHALT

handwerk magazin
03 / 2018



24 HANDWERKSFORSCHER KLAUS MÜLLER



38 BERUFSKLEIDUNGS-BESTSELLER



56 FÖRDERPROGRAMME IM ÜBERBLICK

MARKT & CHANCEN

24 SONDERWEG BEI BILDUNG ERODIERT

Interview Dr. Klaus Müller, Geschäftsführer des Handwerks-Forschungsinstituts ifh, zieht nach 40 Jahren Bilanz.

28 WENIGER EIGENHEIME

Branchencheck Das Bauhauptgewerbe erwartet insgesamt weitere Umsatzanstiege. Doch der Eigenheimbau geht zurück.

30 SO GEHT MODERNES HANDWERK

IHM-Serie Auf der Handwerksmesse in München zeigen innovative Unternehmer neue Konzepte und Lösungen.

34 VOM UMBAU DER STÄDTE PROFITIEREN

ifh-Studie, Teil 3 Die Zukunft des Hamburger Handwerks und die Situation von Betrieben in Großstädten allgemein.

36 MELDUNGEN

Brauer / Marktstudien / Homebell

BETRIEB & MANAGEMENT

38 DAS SIND MÄNNERS LIEBLINGE

Berufskleidung-Trends Wir haben die Hersteller gefragt, was ihre Handwerkskunden am liebsten tragen.

44 BIM WIRD STANDARD

Technologie-Perspektiven Die Digitalisierung von Planungs- und Bauprozessen wird für immer mehr Betriebe obligatorisch.

46 DEM KUNDEN AUF DER SPUR

Serie „New Marketing“ Mit Targeting sind Betriebe der Konkurrenz den entscheidenden Schritt voraus.

50 BROT- UND BUTTER-TRANSPORTER

Marktübersicht Die Transporter der Klasse bis 2,8 Tonnen Gesamtgewicht zählen zu den beliebtesten Modellen im Handwerk.

54 MELDUNGEN

Abonnent des Monats / Studien und Umfragen / Buchtipp / Nachfolge / Einkauf

FINANZEN & VERSICHERUNGEN

56 DIE NEUEN FÖRDERPROGRAMME

Konditionenvergleich Was die Fördertöpfe von Bund und Ländern 2018 für investitionsunwillige Handwerksbetriebe bieten.

60 MELDUNGEN

Forderungen / Finanzspiegel / Zahlungsverhalten / Anlegertipp / Geldanlage

»Die Meisterprüfung ist eine ganz wichtige Institution für das Handwerk. Die Kammern sollten ein starkes Interesse daran haben, diese zu stärken.«

Dr. Klaus Müller,
scheidender Geschäftsführer des ifh Göttingen.

TITELTHEMA

16 DIE NEUE UNTERNEHMERFRAU

Studie Die Bedeutung mitarbeitender Unternehmerfrauen für das Handwerk.





62 GESCHÄFTSFÜHRERIN JUTTA SCHMIDT

STEUERN & RECHT

62 DAS DÜRFEN SIE ALS CHEF VERDIENEN

Gehälter-Check GmbH-Chefs sollten ihre Bezüge mit Bedacht festlegen, Stress mit dem Fiskus ist sonst programmiert.

66 VORSICHT BEIM MARKENRECHT

Checkliste „Urheberrecht“ Wer mit sportlichen Großereignissen wirbt, riskiert bei Fehlern teure Abmahnungen.

70 SPAREN DURCH UNTERHALTSERSATZ

Serie „Das rät der Steuerberater“ Mithilfe der Nießbrauchs-Bestellung Unterhaltszahlungen vermeiden und Steuern sparen.

72 MELDUNGEN

Unfallversicherung / Kurioses Urteil / Bauabnahme / Elterngeld / Fahrtenbuch / Mietrecht

STANDARDS

- 3 EDITORIAL**
- 6 ONLINE EXKLUSIV**
- 8 BETRIEB DES MONATS**
- 9 TRENDS**
- 74 PRIVAT**
- 77 HISTORISCHER HANDWERKER**
- 78 AKTIONEN**
- 79 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 Unternehmer-tipp-Newsletter von handwerk magazin. 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



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

**INTER Versicherungsgruppe
Handwerker Service**





hm WHATSAPP

Damit Sie handwerk magazin auch mobil jederzeit dabei haben, können Sie sich jetzt kostenlos bei hm WhatsApp App anmelden. Mit diesem Newsletter erhalten Sie aktuelle, nutzwertige Themen direkt auf Ihr Smartphone. handwerk-magazin.de/hmwhatsapp

SO MELDEN SICH SICH AN: Zuerst benötigen Sie WhatsApp auf Ihrem Smartphone (erhältlich via Google Play Store oder iTunes). Dann klicken Sie auf handwerk-magazin.de/hm-whatsapp auf „ANMELDUNG“, folgen dem Button „WhatsApp mit Handynummer“ und legen für die im nachfolgenden Fenster angezeigte Handynummer einen Kontakt in Ihrem WhatsApp-Account an. Senden Sie an diesen Kontakt eine Nachricht mit dem Wort „Start“ – und los geht's!

DAS SIND DIE VORTEILE: Getreu unserem Leitsatz „Was im Handwerk Erfolg bringt“ bekommen Sie unsere Beiträge schnell und direkt auf Ihr Smartphone. Sie müssen also nicht erst die News suchen. Praktisch: Falls Sie den Beitrag Freunden, Mitarbeitern oder Geschäftspartnern ebenfalls zukommen lassen wollen, können Sie diesen ganz einfach teilen.

TÄGLICH INFORMIERT: Die Beiträge erhalten Sie einmal täglich auf Ihr Handy. Und falls Sie es sich doch anders überlegen, können Sie sich jederzeit mühelos wieder abmelden. Also nur Vorteile und keinerlei Verpflichtungen!

NEWSLETTER MIT NEUEN INHALTEN in neuem Look



UNTERNEHMERTIPP

Im „Unternehmertipp“ versorgen wir Sie wöchentlich mit den aktuellsten Beiträgen, Mustervorlagen, Checklisten, Rechnern, Erfolgsbeispielen und vielem mehr. Zusätzlich gibt es den „Unternehmertipp spezial“, der sich schwerpunktmäßig immer mit einem relevanten Thema für Sie als Unternehmer beschäftigt – von Finanzierung über Ausstattung, Fuhrpark und Software bis hin zu Arbeitsschutz und Gesundheit ist alles dabei, was für Chefs wichtig ist. Wie Ihnen sicher schon aufgefallen ist, präsentieren sich unsere Newsletter dabei in einem neuen Look: Durch bessere Übersichtlichkeit finden Sie die nutzwertigen Tipps und Lösungshilfen jetzt noch schneller!

handwerk-magazin.de/untermertipp



STEUERN & RECHT

Auch der Newsletter „Steuern & Recht“ lockt mit einem frischeren Design: Als Abonnent bekommen Sie so exklusiv wichtige Informationen zu Steuer- und Rechtsthemen jetzt noch übersichtlicher aufbereitet zugesandt. Für Sie sind wir dabei immer am Ball, egal ob es sich um aktuelle Urteile zu den Themen Mietrecht, Arbeitsrecht, Erbrecht, Steuerrecht oder andere wichtige Rechtsbereiche handelt. Wir scannen für Sie, was Richter der Amts-, Verwaltungs-, Arbeits- oder Finanzgerichte entschieden haben. Jetzt neu: Jeden Monat versorgen wir Sie mit unserer „Arbeitshilfe des Monats“ – thematisch passend zu einem gerade brandaktuellen Thema! handwerk-magazin.de/steuern&recht



Ford Gewerbewochen

Mehrwert für Ihr Business.

**JETZT VOM MEHRWERT-
PAKET PROFITIEREN:**

**0 %
FINANZIERUNG¹**

+

**€ 1.000,-
GEWERBEBONUS²**

Abbildungen zeigen Wunschausstattung gegen Mehrpreis.

¹Ein Finanzierungsangebot der Ford Bank Niederlassung der FCE Bank plc, Josef-Lammerting-Allee 24-34, 50933 Köln, erhältlich als Klassische Finanzierung, Systemfinanzierung und Ford Auswahl-Finanzierung. Angebot gilt für noch nicht zugelassene, für das jeweilige Zinsangebot berechnete neue Ford Nutzfahrzeuge bei verbindlicher Kundenbestellung und Abschluss eines Darlehensvertrages und nur für Gewerbetreibende (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z.B. Taxi, Fahrschulen, Behörden), bei allen teilnehmenden Ford Partnern. Bitte sprechen Sie für weitere Details Ihren teilnehmenden Ford Partner an. Das Angebot stellt das repräsentative Beispiel nach § 6a Preisangabenverordnung dar. Z.B. der Ford Transit Custom Kastenwagen Lkw Basis 280 LI, 2,0-l-TDCi Ford EcoBlue-Motor, 77 kW (105 PS), auf Basis einer UPE von € 30.535,40 brutto (€ 25.660,- netto) zzgl. Überführungskosten, Ford Auswahl-Finanzierung, Laufzeit 36 Monate, Gesamtleistung 30.000 km, Anzahlung € 4.875,40, Nettodarlehensbetrag € 25.660,-, Sollzinssatz (fest) p.a. 0,00 %, effektiver Jahreszins 0,00 %, Gesamtdarlehensbetrag € 25.660,-, 35 monatliche Raten je € 359,-, Restrate € 13.095,-.
²Gilt bei Kauf von ausgewählten, nicht zugelassenen, neuen Ford Nutzfahrzeugen. Der Bonus wird auf den Kaufpreis angerechnet. Bei allen teilnehmenden Ford Partnern.



Eine Idee weiter

Jürgen Duesmann möchte mit seinem patentierten Sichtschutzzaun „Gaffer Stop“ Unfallopfer vor den Blicken von Schaulustigen schützen.

Kämpfer gegen GAFFER

Trauriger Trend: Immer öfter behindern Schaulustige an Unfallstellen die Rettungskräfte bei ihrer lebensrettenden Arbeit. Metallbaumeister Jürgen Duesmann will das mit seinem „Gaffer Stop“ jetzt verhindern.

Vor zweieinhalb Jahren fuhr Metallbaumeister Jürgen Duesmann aus Gronau auf der Autobahn zurück von einem Kundentermin. Auf der Gegenfahrbahn ein Unfall mit leider typischem Bild: Polizei, Feuerwehr und Rettungskräfte im Großeinsatz – und „Gaffer“, die das Geschehen mit dem Smartphone festhalten wollen. Ein Detail machte ihn aber stutzig: Die Feuerwehr versuchte notdürftig, mit Bauzäunen die Unfallstelle so abzusperren, dass keine Blicke mehr auf Opfer und Rettungskräfte möglich sind. Da dachte sich der 48-jährige Westfale spontan: „Das kann ich besser“ – die Idee für den patentierten „Gaffer Stop“ war geboren.

Heute, nach etwa 500 Arbeitsstunden und einer gemeinsamen Startinvestition von fast 30.000 Euro ist das zusammen mit dem SHK-Meister Dieter Dankbar aus Ochtrup entwickelte Anti-Gaffer-System reif für den Markt. „Die ersten 60 Meter habe ich bereits verkauft. Das entspricht in etwa drei Koffern“, freut sich Duesmann. „Wenn die Feuerwehr Aachen mein Produkt gut findet, können es aber auch schnell fünf



Koffer werden.“ Die Zielgruppe des Schweißfachmanns prüft die Innovation sehr genau: „Das System muss feuer- und sturmfest sein“, betont der Chef von 14 Mitarbeitern. Letzteres haben die Erfinder während des Sturmtiefs Friederike eindrucksvoll bewiesen: „Wir installierten den ‚Gaffer Stop‘ an einer auf einem 40-Fuß-Überseecontainer angebrachten Leitplanke und warteten den Sturm ab. Das Ergebnis: Trotz verbogener Stangen war das System intakt.“ Die Aussichten sind also bestens für die Jürgen Duesmann Stahlbau GmbH & Co. KG: „Ein Feuerwehrausstatter bestätigte mir, dass der Bedarf in Deutschland bei circa 6.000 bis 8.000 Koffern liegt. Bei einem Stückpreis von 1.550 Euro je Koffer können sich die Investitionen also recht schnell amortisieren.“ **rak**



Gesammelte Trendporträts Wie andere Unternehmer aktuelle Trends für sich nutzen: handwerk-magazin.de/trendportraet

TRENDS DES MONATS

NUTZFAHRZEUGMARKT

Infos zu MOBILITÄT

Die Servicegesellschaft Deutsches Handwerk (SDH) sieht sich als Mobilitätspartner für Handwerksbetriebe. Im ersten Halbjahr 2018 ist SDH bei vier großen Handwerksmessen präsent und organisiert zusätzlich mit dem Partner Bauhaus die Veranstaltungsreihe „Bauhaus Autotage“ an acht Standorten in Deutschland. Dort können sich Handwerker zu Mobilitätsthemen, insbesondere auch zu Vergünstigungen beim gewerblichen Fahrzeugkauf, informieren und beraten lassen. Weitere Informationen zu den Veranstaltungen: www.sdh-online.de **rm**



Autotage für Handwerker veranstaltet Mobilitätsspezialist SDH.

»Jedes zweite Unternehmen hat keine zukunftsfähige Lieferkettenstrategie.«

Carsten Bock, Partner bei Roland Berger, bei der Vorstellung einer Studie mit dem Titel „Supply Chain Planning 4.0“. Für die Studie wurden weltweit über 200 Unternehmen befragt.

ORTSTERMIN: „WAR DA WAS?“

FACEBOOK Newsroom Summit



Von Reichweite zu Engagement: Das neue Facebook

Beim Facebook-Newsroom-Summit im Januar in Brüssel erläuterte Partner-Manager Nick Wrenn die neuen Prinzipien der Plattform nach der Algorithmusumstellung. Hier die wichtigsten drei Punkte:

1 Relevanz: Facebook belohnt künftig relevante und nutzwertige Inhalte. Relevanz macht die Plattform an der Anzahl der Reaktionen auf einen Post und der Qualität der daraus entstehenden Interaktion fest.

2 Zielgruppenorientierung: Die Themen, Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppe zu verstehen und darauf einzugehen, ist ein wichtiger Aspekt, um erfolgreich auf Facebook zu agieren. Je stärker sich die Zielgruppe auf Facebook engagiert, desto besser.

3 Kein Clickbait: Posts, die darauf abzielen, die Nutzer zu einem Besuch der eigenen Website zu bringen, werden künftig von Facebook immer weniger angezeigt. Damit wandelt sich Facebook von einer reinen Like- zu einer Austausch-Plattform.

Mein

Unternehmens- erfolg? Baut auf

durchgängig digitale

Prozesse!



Egal, was Sie geschäftlich planen: Die dafür notwendigen Freiräume verschaffen Sie sich mit durchgängig digitalen DATEV-Lösungen für sämtliche kaufmännischen Aufgaben. So können Sie sich ganz auf das Wesentliche konzentrieren – Ihr Unternehmen.

Digital-schafft-Perspektive.de



Zukunft gestalten. Gemeinsam.

KOLUMNE
»SO SIEHT'S AUS!«



Hans-Hartwig Loewenstein,
Präsident des Zentralverbands
Deutsches Baugewerbe

Der Staat ist hier in der Pflicht!

Die mittelständische Bauwirtschaft mit ihren mehreren zehntausend Betrieben leidet unter illegaler Beschäftigung und ihren mafiösen Strukturen. Es ist nun an der Zeit, die Finanzkontrolle Schwarzarbeit personell wie finanziell mit ausreichend Ressourcen auszustatten, um der illegalen Beschäftigung Herr zu werden. Gerade auf Großbaustellen ist das Problem der Schwarzarbeit für uns leider altbekannt. Auch die Vergabep Praxis der öffentlichen Hand muss genau geprüft werden. In unserer Branche haben es rechtstreue Betriebe schwer, die Tariflöhne, Steuern und Sozialabgaben zahlen, wenn nur das billigste Angebot zum Zuge kommt. Das niedrige Preisniveau ist nur durch den Einsatz von Scheinselbstständigen und einer Aushöhlung des Mindestlohns zu erreichen. Das Problem der illegalen Beschäftigung kann aber nicht von der seriös arbeitenden Bauwirtschaft alleine gelöst werden. Hier sehen wir den Staat in der Pflicht, geltendes Recht durchzusetzen. Trotz des Baubooms sind die Preise für ordnungsgemäß arbeitende Betriebe nicht auskömmlicher geworden. Öffentliche Maßnahmen zur Bekämpfung der Schwarzarbeit sind notwendig. So wäre die Einrichtung von Schwerpunktstaatsanwaltschaften für den Bereich der illegalen Beschäftigung vorstellbar.

Hans-Hartwig Loewenstein

ZWEITE ZAHLUNGSDIENSTERICHTLINIE DER EU

E-Commerce jetzt GEBÜHRENFREI

Seit 13. Januar 2018 dürfen Handwerksbetriebe, die E-Commerce bzw. einen Online-Shop betreiben, in vielen Fällen keine Zahlartgebühren mehr verlangen. Hintergrund ist die zweite EU-Zahlungsdiensterichtlinie (Richtlinie EZ 2015/2366). Entscheidender Inhalt: Durch Artikel 62 Absatz 4 wird „Surcharging“ (Das Verlangen eines Entgeltes dafür, dass der Käufer ein bargeldloses Zahlungsmittel einsetzt) grundsätzlich in der gesamten EU verboten. Die Folgen: Wählt ein Kunde im Online-Shop die Zahlungsarten Überweisung oder Lastschrift aus, dürfen Händler hierfür keine zusätzlichen Gebühren mehr verlangen. Auch bei der Zahlungsart Kreditkarte (VISA- oder MasterCard) dürfen keine Gebühren verlangt werden. Ausnahme sind Kreditkarten mit 3-Parteien-System wie American Express. Ebenfalls gebührenfrei sind Sofortüberweisungen und PayPal-Transaktionen. Betreiber eines Online-Shops sollten daher dringend ihre AGB überprüfen und gegebenenfalls die technischen Systeme anpassen. **rak**



Zahlartgebühren sind jetzt oftmals verboten.

40.000

Handwerker engagieren sich in Deutschland ehrenamtlich allein in den Prüfungsausschüssen für die berufliche Aus- und Weiterbildung. Diese Zahl nannte Handwerkspräsident Hans Peter Wollseifer.

PRESSESCHAU: DAS HANDWERK IN DEN MEDIEN

»HIGH NOON im Heizungskeller«

STUTTGARTER FLÜCHTLINGE HELFEN DEM HANDWERK NACHRICHTEN

18. Februar 2018 – Das Handwerk hat Nachwuchssorgen. Dementsprechend wird in Berufsschulklassen häufig die erforderliche Mindestschülerzahl nicht mehr erreicht – ein Erhalt des Angebots ist gefährdet. Hier können Flüchtlinge helfen.

Hannoversche Allgemeine BETRIEBE LOCKEN AZUBIS MIT DIENSTWAGEN

15. Februar 2018 – Kreuzfahrten, Dienstwagen und Fitnessclub-Abos: Mit solch ungewöhnlichen Angeboten locken niedersächsische Firmen Azubis in ihre Unternehmen. Der Grund: Fachkräfte sind immer umkämpft, gerade auch im Handwerk.

Augsburger Allgemeine WENN DER AUFSCHWUNG ZUM PROBLEM WIRD

19. Februar 2018 – „Derzeit ist es so, dass wir mit mehr Personal noch mehr Wachstum generieren könnten. Doch es wird nicht ewig bei dieser Hochkonjunktur bleiben“, sagt die Handwerkskammer in Augsburg. Dies müssten Unternehmen beachten.

HORIZONT DIE GESCHICHTE VOM HIGH NOON IM HEIZUNGSKELLER

16. Februar 2018 – Es mag sich nur um den Austausch einer kaputten Ölheizung handeln. Dass es für Handwerker dabei um mehr geht, zeigt die neue Kampagne für das Handwerk: Im Film wird aus einem Arbeitsauftrag ein Duell zwischen Gut und Böse.

STUDIE „HANDWERKSSTOLZ“

WIE GEHT ES Ihnen heute?

Macht Ihnen Ihr Beruf eigentlich Spaß? Bekommen Sie genügend Anerkennung? Sind Sie zufrieden im Handwerk? Oder fehlt Ihnen etwas? Das sind Fragen, die eine Studie der Universität Göttingen erstmals klären will. Sie sucht Antworten auf die große Frage: Wie zufrieden sind Handwerksunternehmer und Mitarbeiter in Handwerksbetrieben mit ihrem beruflichen und privaten Leben.

Weiter soll ermittelt werden, wie stark oder schwach die Anerkennung ist, die für den Beruf vermittelt wird, und wie stark Sie sich in Ihrem Beruf selbst verwirklichen können – oder auch nicht. Das sind wichtige Aspekte, die helfen können, das Handwerk wieder attraktiver zu machen und damit einen wichtigen Beitrag leisten können, den Fachkräfte- und Nachwuchsmangel abzumildern. Aus diesem Grund unterstützen wir diese Untersuchung und bitten um eine möglichst rege Teilnahme an der Online-Umfrage, die nur wenige Minuten dauert. Die Umfrage läuft nur noch bis zum 31. März 2018.

www.handwerksstolz.de

od

Foto: Annette Cardinale

MEIN LIEBLINGSWERKZEUG

»GOLDHUNTER holt Edelmetall zurück«



Goldschmiedin Anna Römer mit dem Goldhunter in der Werkstatt von Grüngold.

Die Goldschmiede Grüngold in Tübingen punktet bei ihren Kunden mit fair gehandelten Rohstoffen und Edelsteinen. „Wir haben uns auf sozial gerechte und ökologisch nachhaltige Schmuckanfertigungen spezialisiert“, erklärt Inhaber und Goldschmiedemeister Hannes Brötz (32), der Grüngold 2013 gemeinsam mit seiner Frau Anna Römer (31) gründete. Den Goldhunter kaufte das Goldschmiedepaar vor drei Jahren, um zum Beispiel mit Schmirgelpapier verunreinigte Edelmetallreste (Gold und Silber) in der eigenen Werkstatt zu reinigen und wieder aufzuarbeiten. Zusätzlich können die Goldschmiede von Grüngold mit dem Goldhunter Familienerbstücke ihrer Kunden sauber aufbereiten und so alte Schmuckstücke für neue Anfertigungen direkt wieder verwenden. „Schmuckstücke aus der Familie haben für unsere Kunden einen hohen emotionalen Wert. Sie möchten sicher gehen, dass tatsächlich Großmutter's Ring im neuen Schmuckstück enthalten ist“, sagt Anna Römer. Den Goldhunter entwickelte und verkauft der Kieler Goldschmied Olaf Heichert für seine Kollegen. www.gruengold.net

coh

ISUZU

MACHER KRACHER

JETZT BIS 31.03. BIS ZU
6.600 EURO*
PREISVORTEIL SICHERN



WAS IMMER DU
BEWEGEN WILLST
DER NEUE
D-MAX
ISUZU-SALES.DE

*beim Kauf eines D-MAX Double Cab Premium+ mit z.B. Laderaumwanne und Anhängerkupplung netto zzgl. MwSt., gültig nur für Gewerbetreibende, bei allen teilnehmenden Händlern
D-MAX Verbrauch (innerorts/außerorts/kombiniert): 6,8–9,3/6,6–7,3/7,0–7,8 l/100 km
CO₂-Emission (innerorts/außerorts/kombiniert): 180–245/173–192/183–205 g/km (nach RL 715/2007/EG)

INTERVIEW



Thomas Oppermann (SPD),
Vizepräsident des Deutschen
Bundestages.

»Mindestlohn für alle Azubis«

Im Koalitionsvertrag heißt es, dass „eine Mindestausbildungsvergütung im Berufsbildungsgesetz“ verankert werden soll. Bedeutet das, dass der Mindestlohn auch für alle Ausbildungsverträge gelten soll?

Oppermann: Ja, es handelt sich um einen Mindestlohn für alle Auszubildenden. Über die genaue Höhe der Ausbildungsvergütung und weitere Einzelheiten werden wir noch mit der Union verhandeln. Der DGB hat vernünftige Vorschläge unterbreitet, wie die Mindestausbildungsvergütung ausgestaltet werden könnte.

Was soll mit dem Mindestlohn für Azubis erreicht werden?

Im Kern geht es darum, viele Ausbildungsberufe attraktiver zu machen. Insbesondere Auszubildende im Friseur-, Bäcker-, und Schornsteinfegerhandwerk würden von der Regelung profitieren.

Wie schnell wird das umgesetzt?

Im Koalitionsvertrag ist festgehalten: „Im Rahmen der Novelle des Berufsbildungsgesetzes werden wir eine Mindestausbildungsvergütung im Berufsbildungsgesetz verankern. Das Gesetz soll bis zum 1. August 2019 beschlossen werden und zum 1. Januar 2020 in Kraft treten.“ Die Betriebe haben ausreichend Zeit, sich darauf vorzubereiten.

Das ganze Interview auf:
handwerk-magazin.de/oppermann

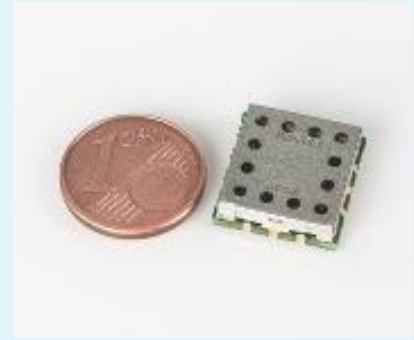
TECHNOLOGIE-TRENDS

KLEINE HELFER für alles

FILTER-WINZLING Trotz der immer stärkeren Nutzung des verfügbaren Frequenzspektrums müssen drahtlose Kommunikationssysteme künftig in der Lage sein, auch bei auftretenden Koexistenz- und Interferenzproblemen einwandfrei zu funktionieren. Das Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS in Erlangen entwickelte jetzt einen winzigen, digital abstimm- und anpassbaren Hochfrequenzfilter (Foto), der einen dynamischen und verzögerungsfreien Zugriff auf unterschiedliche Frequenzen erlaubt.

www.iis.fraunhofer.de

SILBERFISCH-ROBOTER Wissenschaftler des Max-Planck-Instituts für Intelligente Systeme in Stuttgart haben einen winzigen biegsamen Roboter entwickelt, der vielfältige Bewe-



gungsformen beherrscht: Der gerade einmal vier Millimeter langer Streifen elastischen Silikons lässt sich in verschiedenen Fortbewegungsarten betreiben. Sein magnetischer Antrieb erlaubt es ihm, durch unwegsames Terrain zu laufen, zu krabbeln und zu rollen. Außerdem kann er kleine Lasten transportieren sowie auf und in Flüssigkeiten schwimmen. Diese winzigen Roboter könnten künftig gezielt Medikamente dorthin befördern, wo sie gebraucht werden.

www.mpg.de

SOCIAL-MEDIA-MONITORING – DAS HANDWERK AUF FACEBOOK, TWITTER & CO.

ROBIN HOOD des Malerhandwerks

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.



#VICTOR NETTEY SETZT SICH DURCH Zunächst musste sich der selbsternannte „erste schwarze Metzgermeister“ noch gegen Rassisten behaupten, die ihn über seine Facebook-Seite angriffen. Heute wird er für seine Facebook-Videos gefeiert. Zuletzt verkündete der Handwerker aus Böhl-Iggelheim seinen 2.500 Facebook-Followern, dass Brisant (ARD) einen Beitrag über ihn ausstrahlt.



#ES REICHT! Zumindest für ein paar Tage. Bäckermeister Tom S. macht eine mehrtägige Social-Media-Pause, nachdem er zuvor täglich von seiner #homebakingchallenge berichtet hatte. Nach der Arbeit in der Backstube postete er Videos über seine privaten Back-Experimente in der heimischen Küche. Seine rund 1.200 Follower zeigen Verständnis.



#JENS NEUMANN wird als Robin Hood des Malerhandwerks gefeiert. Der Malermeister aus Niedersachsen stellt Malertrupp und Farbe zur Verfügung, um bedürftigen Menschen buchstäblich den grauen Alltag weg zu malen. Das Angebot: Neumann und Kollegen streichen kostenlos. Zwischenstand der Facebook-Werbeaktion: Mehr als 100.000 erreichte Menschen.



#METZGERMEISTER CLAUD BÖBEL REGT SICH AUF Viel Präsenz in den sozialen Medien sorgt offensichtlich auch für ungewollte Aufmerksamkeit. Denn zum wiederholten Mal bekommt Claus Böbel unaufgeforderte Kaufangebote für seine Metzgerei. Böbels Meinung ist klar: Schluss damit! Verkauft werden hier nur Schnitzel und Wurst.



1

50 % mehr
Daten? Deal!

Jetzt zu den besten Business- Tarifen wechseln

Nur für kurze Zeit: Red Business mit dauerhaft 50 % mehr Daten und 50 % Rabatt auf den Basispreis in den ersten 6 Monaten.² Direkt abschließen in Ihrem Vodafone Business-Shop.

The future is exciting.
Ready?



¹ Das Dt. Kundeninstitut hat Vodafone als besten Mobilfunkanbieter 2017 für Geschäftskunden im Bereich Vieltelefonierer und Geschäftsreisende mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis ausgezeichnet. ² Aktion bis 31.03.2018: Neukunden (NK) und Vertragsverlängerer erhalten bei Abschluss (24 Mon.) im Vodafone-Shop i. d. Red Business+ Tarifen (RB+ T.) 50 % mehr Datenvolumen, z. B. RB Special+ 6 GB statt 4 GB. NK erhalten auch i. d. RB+ T. in den ersten 6 Mon. 50 % Rabatt auf den mtl. Basispreis nach Abzug anderer Rabatte (mit und ohne Smartphone). Ab dem 7. Mon. gilt der ausgewiesene Basispreis, z. B. RB Special+ ohne Smartphone mtl. 39,95 €. Hinzugebuchte Tarifoptionen werden über die Aktion nicht rabattiert. Vodafone GmbH · Ferdinand-Braun-Platz 1 · 40549 Düsseldorf

Die Spanne bei **LEHRLINGSGEHÄLTERN** ist groß

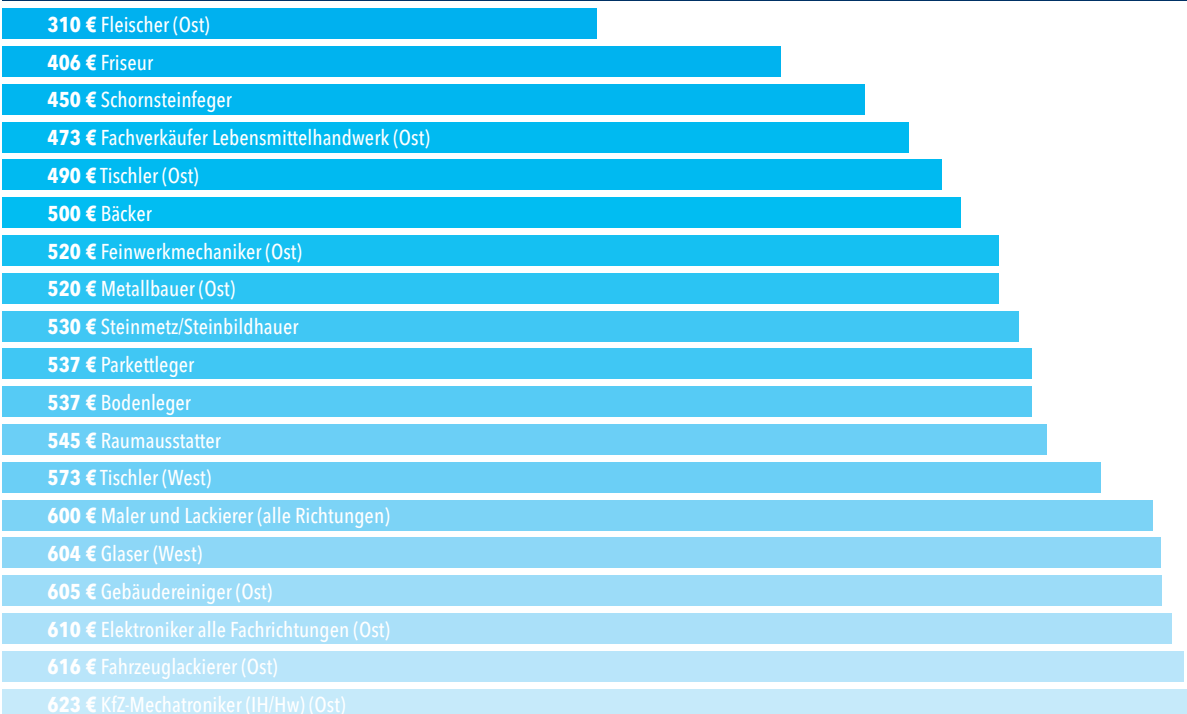
Laut Koalitionsvertrag soll im Rahmen der Novellierung des Berufsausbildungsgesetzes eine „Mindestausbildungsvergütung“ verankert werden und zum 1. Januar 2020 in Kraft treten. Während die Gewerkschaften die

Vereinbarungen begrüßen, stößt das Vorhaben im Handwerk auf Kritik: „Wir sehen die Gefahr, dass einige Betriebe dann nicht mehr ausbilden“, sagt Michael Wippler, Präsident des Zentralverbands des Bäckerhandwerks. **rm**

Der Deutsche Gewerkschaftsbund **FORDERT FÜR AZUBIS** im ersten Lehrjahr 635 € Gehalt.

Das Hauptargument der Gewerkschaften, um eine Mindestausbildungsvergütung auch für Arbeitgeber schmackhaft zu machen, ist die Senkung der Abbrecherquote: Im Schnitt liegt diese bei 24 Prozent, bei schlecht bezahlten Berufen allerdings bei etwa 30 Prozent. In der Grafik finden Sie Beispiele, was Auszubildende im ersten Lehrjahr monatlich brutto verdienen.

635 € Forderung des deutschen Gewerkschaftsbundes



Quelle: Deutscher Gewerkschaftsbund (DGB), Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)

Tarifliche Ausbildungsvergütung nach **AUSBILDUNGSJAHREN** 2017 in Deutschland

Das sind die durchschnittlichen monatlichen Beträge für Azubis mit Tarif.



Quelle: Berechnungen des Bundesinstituts für Berufsbildung

FORDERUNGEN des DGB für alle Azubis für vier Lehrjahre

Die Gewerkschaft will für Azubis ein „Mindestmaß an Absicherung“ erzielen.



* Durchschnittliche monatliche Beträge; Quelle: DGB

Tarifliche Ausbildungsvergütung nach **AUSBILDUNGSBEREICHEN** 2017 in Deutschland

Zwischen Handwerk und Industrie gibt es große Unterschiede.





**RENAULT
PRO+**

Top-Angebote für Renault Nutzfahrzeuge

Die Renault Gewerbewochen

Sichern Sie sich jetzt Top-Leasingangebote bei Inzahlungnahme Ihres Gebrauchten.¹



Renault **TRAFIC**

ab **159,- €²** netto mtl.

Sichern Sie sich jetzt für ausgesuchte Renault Nutzfahrzeuge besonders günstige Leasingkonditionen bei Inzahlungnahme Ihres Gebrauchten und profitieren Sie von den Renault Gewerbewochen vom 1. Februar bis zum 31. März 2018.

² Renault Trafic ECOLINE L1H1 2,7 t dCi 95. Ab 159,- € netto monatlich, Leasingsonderzahlung 0,- €, Laufzeit 48 Monate, Gesamtlaufleistung 40.000 km. Ein Angebot (zzgl. Überführung) für Gewerbekunden der Renault Leasing, Geschäftsbereich der RCI Banque S.A. Niederlassung Deutschland, Jagenbergstraße 1, 41468 Neuss. Gültig bei einem Kaufantrag zwischen 01.02.2018 und 31.03.2018 und einer Zulassung bis 30.04.2018. Erhältlich bei allen teilnehmenden Renault Partnern.

¹ Zzgl. 19% USt., Angebot nur gültig beim Kauf eines neuen, sofort verfügbaren Renault Nutzfahrzeugs Kangoo Rapid, Renault Trafic, Renault Master und Renault Master Fahrgestell und bei Inzahlungnahme eines gebrauchten Nutzfahrzeugs bei allen teilnehmenden Renault Partnern. Gebrauchtfahrzeug muss mindestens 6 Monate auf den Käufer des Neufahrzeugs zugelassen sein. Angebote gültig bis 31.03.2018, nur für Gewerbekunden, nicht kombinierbar mit anderen Angeboten. Abbildung zeigt Renault Trafic Komfort L1H1 und Renault Master Kastenwagen, jeweils mit Sonderausstattung. Renault Deutschland AG, Postfach, 50319 Brühl.

Die NEUE Unternehmerfrau

Motiviert, qualifiziert, selbstbewusst: Eine neue Generation von gut ausgebildeten Frauen steht für mehr Verantwortung und Selbstbewusstsein im Handwerk. Die aktuelle Studie der itb-Forscher belegt die steigende Bedeutung mitarbeitender Unternehmerfrauen für den Wirtschaftsbereich Handwerk.

Autorin **Cornelia Hefer** Fotografen **Axel Griesch, Annette Cardinale & Tim Wegner**

S

Sie verantworten den kaufmännischen Bereich, tragen Führungsverantwortung und bilden sich regelmäßig weiter – Image und Selbstverständnis der mitarbeitenden Unternehmerfrauen haben sich in den vergangenen Jahren deutlich verbessert. Zu diesem Ergebnis kam die Studie „Die Bedeutung mitarbeitender Unternehmerfrauen für ein zukunftsfähiges Handwerk“, die das Institut für Technik der Betriebsführung (itb) im Deutschen Handwerksinstitut im Auftrag des Bundesverbands der Unternehmerfrauen im Handwerk (UFH) durchgeführt hat (siehe dazu auch „Aktuelle itb-Studie Unternehmerfrauen: die wichtigsten Fakten“, Seite 18).

Die Studie belegt: Endlich erkennen die Frauen im Handwerk ihren Wert und ihre Leistung für den Betrieb, die Familie und auch für die Handwerksorganisation. Allerdings bringt die neue Generation von Unternehmerfrauen auch andere Voraussetzungen mit als noch ihre >

Tätigkeitsprofil der Frauen im betrieblichen Alltag

Mit einem durchschnittlichen Zeitaufwand von 10,2 Stunden pro Woche für Buchhaltung und Finanzen nimmt dieser Aufgabenbereich einen großen Stellenwert im Alltag der Unternehmerfrau ein.

Buchhaltung/Finanzen	10,2
Büroorganisation	8,6
Betriebsführung	8,0
Kundenpflege	7,7
Verkauf	7,4
EDV/IT	6,8
Personalführung	6,2
Marketing	5,9
Verhandlungen	4,5
Einkauf/Lager	4,4
Strategie	3,8
Handwerkliche Tätigkeiten	2,2

»Chefin ist kein
Beruf, sondern
nur eine Position.
Um meine Rolle zu
festigen, bildete
ich mich zur
Betriebswirtin
weiter.«

Christine Gruber (48), gelernte Bürokauffrau, stieg nach der Hochzeit in die Bäckerei ihres Mannes Franz in St. Wolfgang ein. Heute verantwortet die Betriebswirtin des Handwerks im 26 Mitarbeiter zählenden Betrieb die Bereiche Verkauf, Personal, Buchhaltung und Marketing.



Vorgängerinnen. Die Basis für dieses noch ungewohnte Selbstbewusstsein liegt im wesentlichen in einer besseren Ausbildung, dem Willen zur Weiterbildung – und somit vor allem auch in der Anerkennung ihrer Leistung.

FRAUEN SIND AKTIV IN DER FÜHRUNG

Das sah vor acht Jahren noch anders aus: Eine Studie des Ludwig Fröhler-Instituts im Auftrag des Bundesverbands der Unternehmerfrauen offenbarte 2010 noch gravierende Missstände: 16 Prozent der Mitarbeitenden Partnerinnen arbeiteten im Handwerksbetrieb ohne Arbeitsvertrag. Ein Fünftel sorgte nicht selbstständig für das Alter vor. Und eine Mehrheit der Mitarbeitenden Frauen nahm weder im kaufmännischen noch im handwerkli-

chen Bereich an Weiterbildungen teil. Nur ein knappes Drittel bildete sich damals überhaupt weiter. Das hieß, das Handwerk vernachlässigte wichtige Fach- und Führungskräfte.

Für den Dachverband der Unternehmerfrauen liefert die aktuelle Studie nun eine wichtige Bestätigung: „Die Zeiten, als Frauen im Handwerksbetrieb nur dem Meister zuarbeiteten, sind vorbei. Heute nehmen sie aktiv eine Führungsrolle im Unternehmen ein“, erklärt Heidi Kluth, Bundesvorsitzende der Unternehmerfrauen. „Zudem belegt die Studie, dass die Mitarbeitenden Unternehmerfrauen gut ausgebildet und selbstbewusst sind“, ergänzt die UFH-Vorsitzende.

Zum Hintergrund der Studie: Die Autoren der Studie gingen von den Zahlen der Handwerkszählung des statistischen Bundesamtes aus: von rund 5,1 Millionen Beschäftigten im deutschen Handwerk. Aufgrund dieser Basis kamen sie zu einer Schätzgröße von rund 280.000 Unternehmerfrauen, die aktuell in den Handwerksbetrieben mitarbeiten.

Die Mehrheit der Frauen verantwortet den kaufmännischen Bereich: Dazu

Zeitliche Beanspruchung

außerhalb des Betriebes

Mehr als 20 Stunden pro Woche investieren die Unternehmerfrauen für Arbeiten im privaten Haushalt und die Kinderbetreuung, nur knapp fünf Prozent arbeiten noch in ihrem alten Beruf.

Privater Haushalt	13,8
Kinderbetreuung	7,3
Ehrenamtliches Engagement	5,1
Berufstätigkeit im alten Beruf	4,6
Pflege	2,2

Aktuelle itb-Studie Die wichtigsten Fakten

Eine neue Generation von qualifizierten Frauen steht für mehr Verantwortung und Selbstbewusstsein. Die aktuelle Studie des itb in Karlsruhe im Auftrag des Bundesverbands der Unternehmerfrauen unterstreicht die Bedeutung dieser Frauen für das Handwerk. Die wesentlichen Fakten der Studie im Überblick.

Alter. Etwas mehr als drei Viertel der befragten Frauen (78 Prozent) sind zwischen 41 und 60 Jahre alt. Nur sieben Prozent sind jünger als 41 Jahre.

Ausbildung. Eine knappe Mehrheit (52 Prozent) hat die Realschule absolviert, 17 Prozent der Befragten die Hauptschule und 31 Prozent verfügen über die allgemeine Hochschulreife (Abitur). Nach der Schule entschied sich die Mehrheit der Unternehmerfrauen für eine kaufmännische Ausbildung (60 Prozent). Eine soziale Ausbildung schlossen 15 Prozent ab, eine Ausbildung im Handwerk 17 Prozent. Fünf Prozent der Studienteilnehmerinnen haben einen Meisterbrief in der Tasche.

Weiterbildung. Die Mehrheit der Unternehmerfrauen (72 Prozent) nutzt die Weiterbildungsangebote der Handwerksorganisation wie von Verbänden, Innungen und UFH. Auf „Learning by Doing“ setzt die Hälfte der Teilnehmerinnen. Außerdem profitieren die Frauen von Angeboten der Handwerkskammern und der IHK (44 und 41 Prozent). 23 Prozent arbeiten mit externen Beratern.

Betrieb. 43 Prozent der Studienteilnehmerinnen gründeten den Betrieb gemeinsam mit ihrem Partner. Die meiste Zeit wenden die befragten Frauen für Buchhaltung und Finanzen auf. Drei Viertel der Unternehmerfrauen sind sozialversicherungspflichtig (75 Prozent) im Handwerksbetrieb beschäftigt. Elf Prozent sind nicht sozialversicherungspflichtig beschäftigt und nur noch sechs Prozent arbeiten ohne Gehalt im Unternehmen.

Familie. Fast alle befragten Unternehmerfrauen haben Kinder (93 Prozent), mit über 55 Prozent hat die Mehrheit zwei Kinder.

gehören die Buchhaltung und Finanzen, Personalplanung, Werbung und Marketing (siehe Grafik „Tätigkeitsprofil der Frauen im betrieblichen Alltag“, Seite 17). Viele Unternehmerfrauen tragen Führungsverantwortung als „Chefin“ im Betrieb, arbeiten meistens angestellt, nur selten sind sie jedoch Teilhaberinnen oder Mitgeschäftsführerinnen. Die Studie sieht die typische Unternehmerfrau im Handwerk mit zwei meist erwachsenen Kindern und über 40 Jahre alt. Die Mehrheit dieser Generation absolvierte nach der Realschule eine kaufmännische Ausbildung (siehe Grafik „Qualifikation: Berufliche Bildungswege und Weiterbildung“, Seite 21).

So viel zu den statistischen Fakten. handwerk magazin will diesen Frauen und dieser neuen Generation der Unternehmerfrauen ein Gesicht geben. Daher stellen wir hier drei Frauen vor, die die neue Generation der Unternehmerfrauen im Handwerk repräsentieren.

CHRISTINE GRUBER

Nach den Ergebnissen der aktuellen Studie stellt Christine Gruber eine typische Unternehmerfrau von heute dar. Die ➤

»Der Einstieg in den Betrieb war eine ideale Chance, Familie und Beruf unter einen Hut zu bringen.«

Corinna Rayle (49) verdiente als Assistentin der Geschäftsführung in einem Kfz-Sachverständigenbüro ihr eigenes Geld, stieg aber wegen der besseren Vereinbarkeit von Job und Familie in den Malerbetrieb ihres Mannes Steffen in Schorndorf ein. Als Büroleiterin im Maler- und Lackiererhandwerk kümmert sie sich um Kundenpflege, Personal und Buchführung, im Ehrenamt ist sie Vorsitzende der Unternehmerfrauen im Rems-Murr-Kreis.





gelernte Bürokauffrau heiratete 1994 in den Bäckerbetrieb im bayerischen St. Wolfgang ein. Ihr Mann, Franz Gruber, übernahm drei Jahre später den Betrieb von seinem Vater. Das Ehepaar hat zwei Kinder, die jetzt 21 und 22 Jahre alt sind.

Gleich nach der Heirat stieg Christine Gruber in den Betriebsalltag ein und erledigte, als die Kinder klein waren, vor allem abends die Büroarbeit wie vorbereitende Buchhaltung, Gehälter sowie Rechnungsstellung und -überwachung. „Die Arbeit entwickelte sich über die Jahre. Außerdem übernahm ich im Laufe der Zeit immer mehr Aufgaben von meiner Schwiegermutter“, sagt die 48-Jährige im Rückblick.

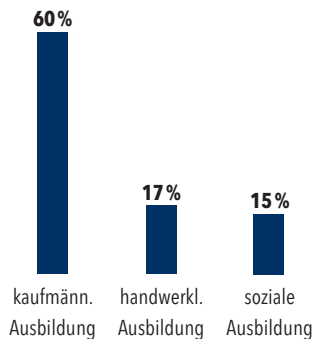
Zehn Jahre nach ihrem Einstieg in den Handwerksbetrieb hinterfragte Christine Gruber ihre Rolle und Position im Betrieb. „Klar, war ich im Betrieb die Chefin. Aber Chefin ist eine Position, kein Beruf. Also fragte ich mich, was habe ich eigentlich für einen Beruf?“, erläutert sie. In der Folge entschied sie sich für das Pilotprojekt der Handwerkskammer München und Oberbayern, in zwei Jahren ihren Betriebswirt im Handwerk zu

»Ein Minijob kam für mich nicht infrage, bei zwei Kindern muss die finanzielle Absicherung auf jeden Fall stimmen.«

Iris Leisenheimer (54), Diplomingenieurin für Ernährungstechnik, bildete nach der Übernahme des familieneigenen Malerbetriebs durch ihren Mann Holger mit ihm gleich eine Doppelspitze. Die Fortbildung zur Betriebswirtin im Handwerk gab ihr Sicherheit in der kaufmännischen Praxis, besonders stolz ist sie auf die Auszeichnung des Betriebs als „attraktiver Arbeitgeber 2017“ durch das Land Rheinland-Pfalz.

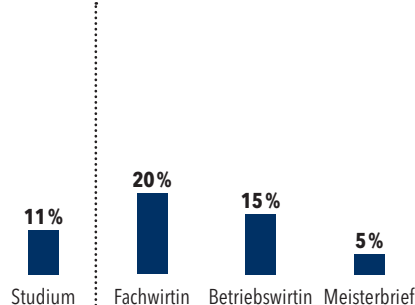
Qualifikation Berufliche Bildungswege und Weiterqualifikation

Bei den beruflichen Bildungswegen der Unternehmerfrauen dominiert mit einem Anteil von 60 Prozent ganz klar die



berufliche Bildungswege

kaufmännische Ausbildung. Als weitergehende Qualifikationswege stehen die Fach- und Betriebswirtin an erster Stelle.



berufliche Weiterqualifikation

absolvieren. „Die Weiterbildung stärkte mein Selbstbewusstsein. Ich konnte dort mein Wissen festigen, und außerdem war der Betriebswirt im Handwerk eine Bestätigung für meine alltägliche Arbeit“, erklärt Christine Gruber die Bedeutung dieser zusätzlichen Qualifikation.

Bestätigung für ihren Lebenslauf fand Christine Gruber auch bei den Unternehmerfrauen im Handwerk. „Vor 20 Jahren arbeitete noch nicht jede junge Mutter. Am Elternstammtisch war das manchmal schwierig. Im Arbeitskreis der Unternehmerfrauen traf man dagegen auf Gleichgesinnte, wir hatten die gleiche Wellenlänge“, sagt sie.

Heute verantwortet Christine Gruber in der Bäckerei Gruber mit 26 Mitarbeitern, einer Filiale und angeschlossenem Café den Verkauf, das Personal sowie Buchhaltung und Marketing. Ihr Mann Franz leitet als Bäckermeister die Produktion und kümmert sich sowohl um den Einkauf als auch um die Auswahl der Lieferanten. Positiv für die Unternehmerfrau: „Im Betrieb leben wir eine klare Aufgabenteilung und reden uns nicht rein. Aber wir tauschen uns natürlich aus. Um Banken und Versicherungen kümmern wir uns gemeinsam.“

Geld und Minijob waren bei den Grubers von Anfang an kein Thema. „Es gab nie Diskussionen, dass ich als Minijobberin im Betrieb arbeite. Ich war immer sozialversicherungspflichtig beschäftigt und bekam für meine Leistung ein angemessenes Gehalt“, betont Christine Gruber. Und das ist ihr wichtig. „Ich bin Realistin. Wenn was schiefgeht, zum Beispiel bei einer Scheidung, dann bin ich über die Sozialversicherung abgesichert. Denn mir gehört der Betrieb ja nicht.“ Deshalb setzt die Unternehmerfrau auch auf eine eigene Vorsorge: wie eine Direktversicherung über den Betrieb (bAV), eine Riester-Rente, kleine Aktiendepots und die gesetzliche Rente über ihre Anstellung im Betrieb.

Stolz ist Christine Gruber nicht nur auf die eigenverantwortliche Vorsorge, sondern auch, weil sie ihren Mann nach vielen Gesprächen dafür gewinnen konnte, sie mit einer Generalvollmacht auszustatten. „Bei einem gemeinsamen Termin mit einer Notarin überzeugten wir ihn dann von der Notwendigkeit einer Vollmacht für mich. Denn nur diese Vollmacht regelt die Stellvertretung in rechtlichen Angelegenheiten, wenn meinem Mann etwas passiert“, erklärt die Unternehmerfrau. ➤

CORINNA RAYHLE

Der Einstieg in den Malerbetrieb ihres Mannes Steffen Rayhle in Schorndorf bot Corinna Rayhle, 49 Jahre, die Chance, „Familie und Beruf unter einen Hut zu bringen“, erklärt die Unternehmerfrau. Die gelernte Justizfachangestellte arbeitete zuvor zehn Jahre als Assistentin der Geschäftsführung in einem Kfz-Sachverständigenbüro. Mit vielen Vorteilen: „Ich verdiente mein eigenes Gehalt, hatte einen eigenen Job, eine betriebliche Altersvorsorge über den Arbeitgeber und einen Firmenwagen“, stellt Corinna Rayhle im Rückblick klar.

Dennoch entschied sie sich für die Chancen und Möglichkeiten, die ein Handwerksbetrieb engagierten Frauen bietet. Bei ihrem Mann – der Betrieb beschäftigt heute zehn Mitarbeiter – stieg sie als vollwertige Angestellte mit eigenem Gehalt ein. Als sie schwanger wurde, belegte Corinna Rayhle noch einen Buchhaltungskurs. Nachdem ihre Tochter dann auf die Welt kam, arbeitete die Unternehmerfrau abends für den Malerbetrieb, tagsüber stand die Kinderbetreuung auf dem Programm.

Nach dem zweiten Kind absolvierte sie noch eine Fortbildung zur „Büroleiterin im Maler- und Lackiererhandwerk“ über die Innung. „Das half für die Praxis und den Betriebsalltag im Malerbetrieb“, erklärt Corinna Rayhle. Heute verantwortet Corinna Rayhle im Unternehmen das Marketing, Akquise, Personal, Kundenpflege und bereitet die relevanten Unterlagen für den Steuerberater vor.

Schon früh erkannte Corinna Rayhle die Bedeutung von Frauen-Netzwerken. 2005 trat sie bei den Unternehmerfrauen im Rems-Murr-Kreis ein. „Ich wollte einfach mal rauskommen, mich mit anderen Frauen in ähnlichen Positionen im Handwerk austauschen, neue Kontakte knüpfen und von Workshops und Weiterbildungen profitieren“, sagt sie.

2012 übernahm Corinna Rayhle das Ehrenamt als 1. Vorsitzende des regionalen Frauennetzwerks. Dieses Amt sieht sie nicht als Belastung, obwohl sie es zu ihren Aufgaben im Betrieb und in der Familie

bewältigen muss. „Sicher ist ein Ehrenamt im Handwerk zusätzliche Arbeit, aber es gibt mir auch Selbstbewusstsein – man lernt immer dazu, wie zum Beispiel Aufgaben zu delegieren“, erläutert die engagierte Unternehmerfrau.

Wichtig ist ihr dabei auch, „dass sich Frauen im Handwerk nicht als Konkurrenz sehen, sondern Kooperationen schließen und sich gegenseitig unterstützen“. Allerdings weiß Corinna Rayhle auch, dass ihr Engagement als erste Vorsitzende bei den Unternehmerfrauen ohne die Unterstützung ihres Mannes so nicht möglich gewesen wäre. „Wir haben das vorher abgesprochen. Er fand die Arbeit für das Ehrenamt von Anfang an gut. Und über die

Jahre stellte sich heraus, dass der UFH-Vorsitz sich auch für das Image des Betriebs positiv auswirkt“, unterstreicht Corinna Rayhle die Vorteile.

IRIS LEISENHEIMER

Seit 16 Jahren leitet Iris Leisenheimer bereits den kaufmännischen Bereich der Malerwerkstätte Leisenheimer in Windesheim, Rheinland-Pfalz. Der Betrieb beschäftigt heute 18 Mitarbeiter, davon sieben Frauen. „Ich habe wirklich darum gekämpft, dass die Kunden mich als Managerin des Unternehmens wahrnehmen“, räumt Iris Leisenheimer, 54 Jahre alt, ein. Sie sieht heute Qualifizierung und ständige Weiterbildung „als Schlüssel für ein gutes Standing gegenüber unseren Kunden“.

Wie Corinna Rayhle und Christine Gruber heiratete auch die Diplomingenieurin für Ernährungstechnik in einen Handwerksbetrieb ein. Auch sie hatte ihren Abschluss in der Tasche und verdiente damals gutes Geld in einem Küchenstudio. Als ihr Mann Holger Leisenheimer

Checkliste Eigene Vorsorge für Unternehmerfrauen

Frauen, die in einen Handwerksbetrieb einheiraten, sollten ihre eigene Vorsorge nicht vernachlässigen. Wie sich Unterneh-

merfrauen, die angestellt im Betrieb mitarbeiten, am besten absichern und sich für den Ruhestand ein Polster ansapren.



Arbeitsvertrag. Dreh- und Angelpunkt für jede Unternehmerfrau ist eine korrekte Anstellung im Betrieb mit einem schriftlichen Arbeitsvertrag. Nur so ist die Grundsicherung über die Sozialversicherung gewährleistet.



Gehalt. Unternehmerfrauen sollten sich nicht mit einem 450-Euro-Vertrag zufriedengeben. Wenn sie Vollzeit im Betrieb mitarbeiten, steht ihnen auch ein leistungsgerechtes Gehalt zu. Außerdem bestimmt die Höhe des Gehalts auch die Beiträge, die in die Sozialversicherung fließen – und somit in die gesetzliche Rente.



Gehaltskonto. Das Gehalt der angestellten Unternehmerfrau geht auf ein eigenes Konto und nicht auf das gemeinsame Familienkonto. Nur mit eigenem Geld können Frauen Rücklagen bilden und eine private Altersvorsorge aufbauen.



Betriebliche Altersvorsorge. Unternehmerfrauen können, wie andere Mitarbeiter auch, eine Direktversicherung über den Betrieb abschließen.



Vollmachten. Neben den notwendigen Vollmachten für die Bank sollten Unternehmerfrauen auch über eine Generalvollmacht verfügen, falls dem Partner was passiert. Nur so ist die Existenz des Betriebs auch im Ernstfall gesichert.



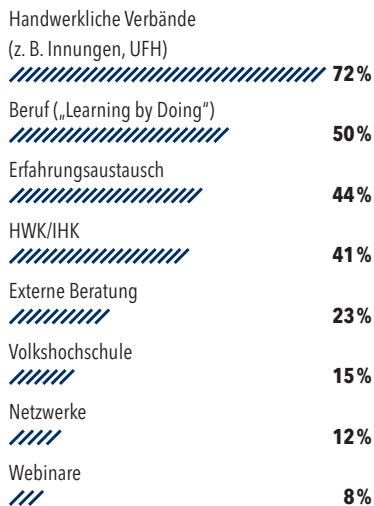
Testament. Bei Unternehmerpaaren gehört ein handschriftliches oder besser notarielles Testament zur Risikovorsorge für beide Partner.



Ehevertrag. Ist das Unternehmerpaar verheiratet, darf ein Ehevertrag nicht fehlen. Er ist nicht nur bei einer Scheidung wichtig, sondern regelt im Todesfall auch die Erbberechtigung.

Weiterbildungskanäle und relevante Themen

Den wichtigsten Stellenwert bei der Weiterbildung nehmen die Veranstaltungen der Handwerksverbände sowie die angebotenen Seminare und Kurse der Unternehmerfrauen ein.



den Betrieb übernahm, war ihm wichtig, dass seine Frau mit einsteigt. Sein Argument: „Einen Handwerksbetrieb führen, geht nur gemeinsam.“

Die Doppelspitze machte Sinn: Holger Leisenheimer übernahm den Traditionsbetrieb in vierter Generation, Iris Leisenheimer brachte das Grundstück und das Gebäude in die Geschäftsbeziehung ein. Als Mutter von zwei Töchtern legte die Unternehmerfrau aber Wert auf eine sozialversicherungspflichtige Anstellung im Betrieb. „Ein Minijob kam nicht infrage. Mit zwei kleinen Kindern muss die finanzielle Absicherung stimmen“, betont Iris Leisenheimer. Um mehr Sicherheit in der kaufmännischen Praxis zu bekommen,

absolvierte sie die Weiterbildung zum Betriebswirt im Handwerk und nahm im Laufe der Zeit zahlreiche Fortbildungen von Lieferanten, der Handwerkskammer und den Unternehmerfrauen wahr. Wobei die Weiterbildungen nicht nur ihr Selbstbewusstsein stärken. Die Unternehmerfrau sieht sie auch als wichtigen „Ausgleich zu Betriebsalltag und Familie“.

Stolz ist Iris Leisenheimer auf die Auszeichnung des Landes Rheinland-Pfalz „als attraktiver Arbeitgeber 2017“. Hier punktete die Malerwerkstätte Leisenheimer mit ihrem betrieblichen Gesundheitsmanagement für die Mitarbeiter, der Förderung weiblicher Azubis seit 30 Jahren und einer betrieblichen Altersvorsorge für alle Mitarbeiter.

Ihre Entscheidung für das Handwerk hat Iris Leisenheimer nie bereut: „Selbstständig zu arbeiten und zu entscheiden, macht mir Spaß. Außerdem hat mich die Arbeit immer motiviert und mir im Laufe der Zeit auch viel Selbstbewusstsein gegeben.“

hm

cornelia.hefer@handwerk-magazin.de

DIE SPEZIALISTENEINHEIT FÜR ALLE EINSÄTZE.

FUSO – Eine Marke im Daimler-Konzern

FUSO präsentiert die erste Spezialisteneinheit aus Leicht-Lkws für den täglichen Arbeitseinsatz. Vier echte Spezialisten, die Sie entlasten. Bei der Schwerstarbeit und beim Fahren. Der wendige STADTEROBERER, dem selbst die engsten Straßen zu Füßen liegen. Das belastbare ARBEITSKRAFTWERK, bei dem Leistung zum Tragen kommt. Der flexible ALLRADKÖNNER, der

immer abgeliefert – egal was, egal wo. Und der smarte EFFIZIENZMEISTER, der als erster Hybrid-Leicht-Lkw seine Scheinwerfer immer Richtung Zukunft gerichtet hat. Gemeinsam bilden sie eine unschlagbare Spezialisteneinheit. Für mehr Effizienz, mehr Flexibilität und mehr Leistung bei jedem Einsatz.



Mehr unter: www.fuso-trucks.de

Anbieter: Daimler AG, Mercedesstr. 137, 70327 Stuttgart



»Teile des Hand-
werks werden in
die Rolle des Sub-
unternehmers
abgedrängt.«

Dr. Klaus Müller fordert, dass sich Betriebe stärker
spezialisieren und eindeutiger positionieren müssen.

»Der SONDERWEG im Bildungssystem erodiert«

Zu seinem Abschied in den Ruhestand zieht Dr. Klaus Müller, Geschäftsführer des Handwerks-Forschungsinstituts ifh in Göttingen, eine Bilanz und gibt einen Ausblick.

Interview **Olaf Deininger** Fotograf **Franz Fender**

Einen Tag vor seiner Verabschiedungsfeier in der Alten Mensa an der Universität Göttingen treffen wir uns in seinem Institut. Vor wenigen Tagen hat er seine letzte Veröffentlichung abgeschlossen, jetzt muss das Büro ausgeräumt werden, und nächste Woche geht es erst einmal in den Ferienflieger.

Sie blicken auf 40 Jahre Handwerksforschung zurück. Was war in dieser Zeit die größte Veränderung im Handwerk?
Klaus Müller: Vor 40 Jahren war alles noch relativ starr. Wir hatten zwar keinen Verkäufermarkt mehr, wir waren aber noch mitten im Übergang zum Käufermarkt. Es war noch stark strukturiert, die einzelnen Bereiche des Handwerks waren noch relativ stark voneinander getrennt.

Das ist heute sicher anders.

Ja, heute ist sehr viel ins Schwimmen geraten. So ist etwa die Leistungserstellung oft nur noch in Kooperation mit anderen Gewerken zu erbringen, bei der das einzelne Gewerk für sich gar nicht mehr so viel zählt. Der Handwerksunternehmer muss Kooperationen eingehen, er muss vernetzt sein.

Vita Klaus Müller

Nach dem Abitur hatte Müller 1971 ein Betriebswirtschaftsstudium begonnen, sattelte aber bald auf Volkswirtschaft um und schloss seine Studien in Göttingen und Würzburg 1977 als Diplom-Volkswirt ab. Im Jahr darauf trat er als junger Wissenschaftler in das damalige „Seminar für Handwerkswesen“ ein. 1985 promovierte er in Göttingen. 1995 übernahm er die Geschäftsführung des Instituts ifh Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen und baute es auf seine jetzige Größe aus.

Diese Entwicklung gilt sicher auch für die Handwerksorganisation?

Ja, denn ein weiteres Beispiel für diese Entwicklung ist das Berufsbildungssystem: Typisch war früher die Abfolge „Lehrling, Geselle, Meister, Selbstständiger“. Das wird es in zehn Jahren so nicht mehr geben. Die Meisterprüfung wird zunehmend modular abgelegt. Die Bildungseinrichtungen innerhalb und außerhalb des Handwerks kooperieren miteinander. Das handwerkliche Bildungssystem wird stärker in das gesamt-

gesellschaftliche Bildungssystem integriert. Der Sonderweg des Handwerks im Bildungssystem erodiert. Darauf muss sich das Handwerk einstellen. Wenn dies nicht gelingen sollte, ist es ein großes Problem, denn die Funktion der Handwerkskammern in der Gesellschaft ist sehr stark vom Bildungswesen abhängig.

Das Handwerk vernetzt sich also immer stärker mit der restlichen Wirtschaft und der Gesellschaft.

Insgesamt ist das Handwerk nicht mehr so von anderen Bereichen abgegrenzt wie früher. Einerseits wird die Verflechtung mit anderen Wirtschaftsbereichen immer ausgeprägter, andererseits wird die Konkurrenz immer stärker. Es gibt ja mit Ausnahme des Ausbaugewerbes keinen Bereich, in dem das Handwerk keine starke Konkurrenz hat. Insgesamt sind die Anforderungen an die Handwerksunternehmer massiv gewachsen.

Der typische Quartiersbetrieb, der in einem bestimmten Radius um die Firma alles in seinem Gewerk macht und abdeckt, sowohl die Premium- und Regiarbeiten als auch das ➤



Akkord-Auftrags-Geschäft, scheint zu verschwinden. Der Grund liegt darin, dass er das gesamte Know-how für diese Bandbreite von Aufträgen nicht mehr rentabel vorhalten kann.

Das sehen wir auch so: Die Handwerksbetriebe müssen sich spezialisieren. Teile des Handwerks werden immer stärker in die Rolle des Subunternehmers abgedrängt. Umfragen belegen, dass der Absatz an gewerbliche Abnehmer zunimmt und der an private Auftragnehmer ab. Das liegt daran, dass viele Handwerksbetriebe nicht mehr direkt von Privatpersonen beauftragt werden, sondern nur zu liefern. Die Handwerksbetriebe rutschen also auf eine tiefere Stufe ab.

Wir sehen auf Dauer zwei große Segmente: Den Premium- oder High-End-Betrieb, der sehr hochwertige, hoch spezialisierte Aufträge erledigt, auf der einen Seite. Auf der anderen Seite den Commodity-Betrieb, der hohe Stückzahlen mit Standardprodukten in Standardqualität störungs- und

»Wir sollten einen Pisa-Test für Meister-schulen einführen.«

Dr. Klaus Müller sieht die unterschiedlichen Anforderungen an die Meisterprüfung kritisch.

konfliktfrei abarbeitet, mit hoher Prozess- und Schnittstellenkompetenz. Viele Betriebe scheinen gar nicht zu wissen, in welchem Markt sie sind.

Das ist eine Positionierungsfrage. Viele Betriebe haben hier noch Nachholbedarf. Hier liegt eine wichtige Aufgabe der Betriebsberatung der Kammern. Diese muss die Betriebe auf diese Problematik aufmerksam machen. Dies gilt auch für das Thema Kooperation. Für die Leistungserstellung ist häufig eine Zusammenarbeit mit anderen Firmen notwendig. Das Di-

lemma ist hier, dass viele Handwerksbetriebe keine Lust haben zu kooperieren, weil sie sich nicht dreinreden lassen wollen. Daher weisen heute viele Kammern auf das Thema Kooperation hin. Das ist im Übrigen nicht neu. Schon Ende der Sechzigerjahre gab es Kooperationsbeauftragte im Handwerk. Dann schief das Thema irgendwann ein, um später als neue Strategie wieder aufzutauchen. Manche Themen wiederholen sich.

Wissen entwickelt sich technisch und methodisch weiter und differenziert sich aus. Unternehmer müssen permanent die Lernkurve ihrer Betriebe managen. Setzen sie auf eine falsche Technologie, verbrennen sie Geld, weil sie sich Know-how aneignen, das in zwei Jahren vielleicht nicht mehr gefragt ist.

Früher machten viele Handwerker den Hauptschulabschluss, hatten aber ein viel höheres Potenzial, das sie dann im Beruf, als Inhaber eines Betriebes oder auch als Facharbeiter, ausgelebt und realisiert haben. Heute werden im Handwerk diese Know-how-Möglichkeiten durch das höhere Bildungsniveau und die Akademisierung viel besser abgeschöpft und verwirklicht als früher. Das bedeutet aber auch, dass diese Jugendlichen dann häufig für das Handwerk verloren gehen. Heute fällt leider oft der Bezug zur Praxis hinten runter. Die verbleibenden Hauptschulabgänger haben dagegen nicht mehr dieses Potenzial wie früher. Das Problem wird dadurch vergrößert, dass die Anforderungen an die Meisterprüfung von Kammer zu Kammer, von Meisterschule zu Meisterschule, sehr unterschiedlich ausfallen. Seit Kurzem wird versucht, dies zu ändern. Mal sehen, mit welchem Erfolg. Die Meisterprüfung ist eine ganz wichtige Institution für das Handwerk. Die Handwerkskammern sollten deshalb ein starkes Interesse daran haben, diese zu stärken. Aus diesem Grund sollten wir überlegen, ob wir nicht eine Art Pisa-Test auch für die Meisterschulen einführen sollten. **hm**

olaf.deininger@handwerk-magazin.de



Online Thema Zukunft

Alle aktuellen Informationen über wichtige Trends und Entwicklungen im Handwerk finden Sie hier: www.handwerk-magazin.de/zukunft



Fortschritt ist einfach.



**Weil unsere Experten
Ihr Unternehmen mit der
richtigen Finanzierung
voranbringen.**

Deutsche Leasing 

Die Landesbanken

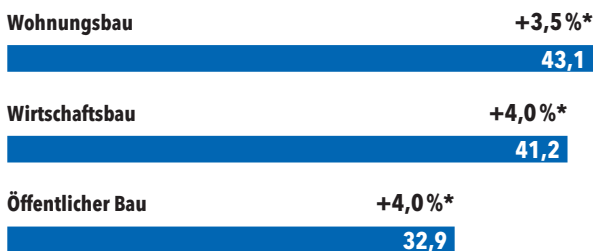
WENIGER Eigenheime, MEHR Wohnanlagen

Das Bauhauptgewerbe erwartet für dieses Jahr ein Umsatzplus von vier Prozent. Die Auftragseingänge bei den Betrieben sind hoch. Zurück geht der Eigenheimbau, dafür boomt der Geschosswohnungsbau.

Autor **Reinhold Mulatz**

BAUPROGNOSE 2018

Die Umsatzerwartungen für das deutsche Bauhauptgewerbe (in Milliarden Euro) liegen insgesamt bei 117,2 Milliarden Euro und damit vier Prozent über dem Wert von 2017. Den höchsten Anteil wird auch in diesem Jahr der Wohnungsbau haben, dicht gefolgt vom Wirtschaftsbau.

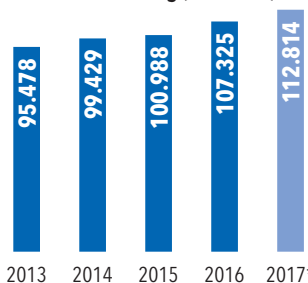


* Veränderung in Prozent; nominale Entwicklung; 2017 und 2018 Prognose;
Stand: Januar 2018, Quelle: ZDB/HDB

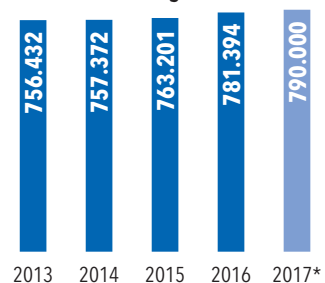
UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE

Die Gesamtumsätze am Bau sind in den letzten fünf Jahren stetig gestiegen. Auch die Zahl der Beschäftigten hat zugenommen, aber nur moderat. Laut Statistischem Bundesamt gab es im letzten November 2,3 Prozent mehr Beschäftigte als im Vorjahresmonat.

Umsatzentwicklung (Mio. Euro)



Zahl der Beschäftigten

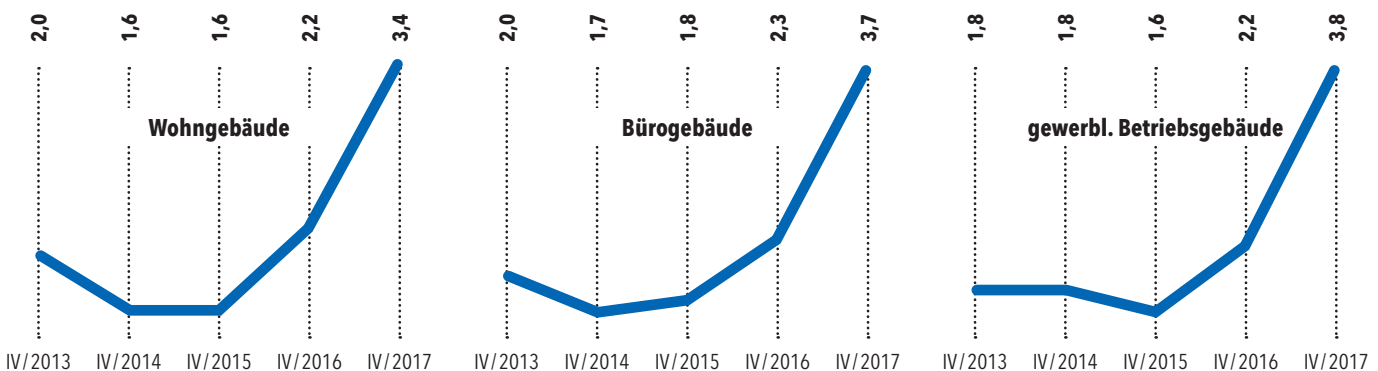


* Prognose; Quelle: Statistisches Bundesamt

BAUPREISE IN DEUTSCHLAND

Die drei Grafiken zeigen die Entwicklung der Baupreise von Neubauten in konventioneller Bauart von Wohn- und Nichtwohngebäuden einschließlich Umsatzsteuer. Die Veränderungsraten zum Vorjahresquartal sind in Prozent angegeben. In allen drei Bereichen

sind die Preise seit 2015 außergewöhnlich stark gestiegen. Auch die Preise für Instandhaltungsarbeiten an Wohngebäuden (ohne Schönheitsreparaturen) waren im November 2017 um 3,7 Prozent höher als im Vorjahr.



Quelle: Statistisches Bundesamt

Das Bauhauptgewerbe geht mit Zuversicht in das Jahr 2018. Die Branche erwartet ein Wachstum nahezu auf Vorjahresniveau. Das heißt, die Umsätze werden nominal um vier Prozent zulegen und auf insgesamt 117 Milliarden Euro steigen. Das erklärten der Hauptverband der Deutschen Bauindustrie (HDB) und der Zentralverband des Deutschen Baugewerbes (ZDB) auf einer gemeinsamen Jahresauftakt-Pressekonzferenz.

GESCHOSSWOHNUNGSBAU BOOMT

Im Wohnungsbau werde die Zunahme auf den weiterhin boomenden Geschosswohnungsbau beschränkt bleiben. Beim klassischen Eigenheimbau rechnen die Verbände mit einer Stagnierung auf Vorjahresniveau. „320.000 Wohnungen bedeuten zwar eine Verdopplung des Fertigstellungsniveaus gegenüber 2010“, erklärte ZDB-Präsident Hans-Hartwig Loewenstein. „Das decke aber noch nicht den Bedarf von mindestens 350.000 Wohnungen.“

UNTERNEHMEN INVESTIEREN

Im Wirtschaftsbau werden sich angesichts eines weiter steigenden Auslastungsgrades in der Industrie die Investitionen in Baumaßnahmen fortsetzen. Schließlich erwarte gut die Hälfte der

an der Verbandsumfrage des Instituts der deutschen Wirtschaft teilnehmenden Verbände für 2018 in ihrer Branche steigende Investitionen.

MEHR GELD FÜR VERKEHRSWEGE

Auch für den öffentlichen Bau erwarten HDB und ZDB 2018 ein Umsatzwachstum von nominal vier Prozent. Hier mache sich der in der vergangenen Legislaturperiode eingeleitete Investitionshochlauf des Bundes bei den Verkehrswegen positiv bemerkbar.

Die Kommunen würden zudem vom Kommunalinvestitionsförderungsfond profitieren, dessen Laufzeit bis 2020 verlängert und dessen Volumen auf sieben Milliarden Euro verdoppelt worden sei. Auch im öffentlichen Bau habe es Ende des dritten Quartals 2017 einen Rekordauftragsbestand gegeben.

Die gute Baukonjunktur schlägt auch auf den Arbeitsmarkt durch. 2017 wurde die Zahl der Erwerbstätigen um drei Prozent gesteigert. **hm** reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de



Mehr Branchen im Check.

Fakten zu den wichtigsten Branchen:
handwerk-magazin.de/branchen-check

Branchentrends Bauhauptgewerbe

Wohnen

Große Wachstumsimpulse werden auch in den kommenden Jahren vom Wohnungsbau ausgehen. Die Nachfrage im Wohnungsbau wird weiter hoch bleiben, auch wenn die Wachstumsdynamik etwas nachlassen dürfte. Denn vor allem bezahlbarer Wohnraum fehlt weiterhin in allen Ballungsräumen.



Energieeffizienz

Das steigende Bewusstsein für Umweltschutz und wachsende Energiekosten stützen die Nachfrage nach energieeffizienten Neubauten. Die energetische Sanierung ist bisher weit hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Die steigenden Energiepreise und staatliche Anreize dürften hier neue Impulse setzen.



Mobilität

Marode Brücken und Straßen sind in aller Munde und behindern die Mobilität der Bürgerinnen und Bürger wie auch der Wirtschaft. Die Ertüchtigung von Brücken, Straßen und Schiene ist durch hohe Investitionsbudgets abgesichert und wird für weitere Dynamik sorgen.



Digitalisierung

Kein neuer Trend, aber einer, der täglich etwas mehr Realität wird. Egal ob Arbeitszeiterfassung, Nutzung von Geodaten, „smarte“ Funktionalität bei Gebäuden, die Bauwirtschaft macht sich in ihre digitale Zukunft auf.



12.709

junge Menschen haben zum 31. Dezember 2017 eine Ausbildung am Bau begonnen. Das ist ein Plus von 7,4 Prozent und ist der stärkste Anstieg seit 1994. Insgesamt 36.868 Azubis arbeiten derzeit am Bau.

WELCHE AUSWIRKUNGEN HABEN DIGITALE MASSNAHMEN AUF DIE BAUBRANCHE?

Über **80%**

steigern mit einem Internetauftritt ihre Umsätze und gewinnen neue Kunden.

84%

reagieren mit Kommunikationsanwendungen schneller auf Kundenanfragen.

79%

der digitalen Vorzeigeunternehmen sind mit ihrer Produkt- und Servicequalität zufrieden.

Basis: Unternehmen mit digitaler Umsetzung; Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland September 2017

BETRIEBSVERGLEICH

Die Zahlen in der Tabelle stammen aus dem letzten Betriebsvergleich (2016) der Landesgewerbeförderungsstelle des NRW-Handwerks für den Hochbau. Die Größenklassen sind: I = 1–7 Beschäftigte, II = 8–15 Beschäftigte, III = ab 16 Beschäftigte.

Größenklasse	I		II		III		Gesamt	
	Euro	%	Euro	%	Euro	%	Euro	%
Gesamte Betriebsleistung	348.187	100,0	1.518.895	100,0	6.098.492	100,0	2.870.397	100,0
– Material- und Handelswareneinsatz	120.938	34,7	481.549	31,7	1.641.224	26,9	803.736	28,0
– Fremdleistungen	58.578	16,8	288.745	19,0	1.819.095	29,8	790.699	27,6
– Personalkosten für produktiv Beschäftigte	110.011	31,6	480.259	31,6	1.399.304	23,0	709.199	24,7
– Sonstige variable Kosten	17.140	5,0	43.575	2,9	164.476	2,7	80.652	2,8
= Gesamtdeckungsbeitrag	41.520	11,9	224.767	14,8	1.074.393	17,6	486.111	16,9
– Fixe Kosten	51.574	14,8	214.620	14,1	948.606	15,5	439.141	15,3
= Betriebswirtschaftliches Ergebnis	-10.054	-2,9	10.147	0,7	125.787	2,1	46.970	1,6

IHM 2018

»Wir sind gut darin, außergewöhnliche Designideen umzusetzen.«

Moritz Haverkamp ist Vertriebsleiter bei der Georg Ackermann GmbH in Wiesenbronn. Ackermann ist kreativer Zulieferer für Tischler, Laden- und Messebauer.



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.

SO GEHT modernes Handwerk

Im März führen **innovative** Unternehmer auf der Internationalen Handwerksmesse (IHM) in München vor, wie modernes Handwerk geht. Wir präsentieren Chefs, die zeigen, was sie in Sachen Kunden, Lösungen und Arbeitswelten anders machen.

Autorinnen **Alexandra Jegers und Sarah Sommer** Fotografen **Stephan Minx, Markus J. Feger, Jens Nieth**



»Wir möchten, dass unsere Mitarbeiter Hintergründe zum Thema Nachhaltigkeit kennenlernen.«

Bäckermeister Roland Schüren setzt in seinem Unternehmen in Hilden erfolgreich auf Nachhaltigkeit, auch beim Fuhrpark.



LÖSUNGEN

Schon imposant, diese Werkshalle.

Auf 13.000 Quadratmetern reiht sich in den weitläufigen Gebäuden der Georg Ackermann GmbH (Foto Seite 30) im bayrischen Wiesenbrunn eine Hightech-Maschine an die nächste. Zwei CO₂-Laser, sechs CNC-Bearbeitungszentren, die große Hotmelt-Presse. Und in einem speziell abgetrennten Glasverschlag ein Fräs-Roboter, der in sieben Dimensionen arbeiten kann und so aus einem einfachen Holzblock in kürzester Zeit komplexeste Freiformen gestaltet. Und dann natürlich noch all die anderen Maschinen, die sortieren, hobeln, schleifen, beschichten, verformen und lackieren.

An unzähligen Computerbildschirmen arbeiten die Tischler, Schreiner und Planer konzentriert an dreidimensiona-

len Modellen und programmieren die Hightech-Maschinen. „Wir laden unsere Kunden gerne in die Werkstatt ein, um ihnen zu zeigen, wie viele Möglichkeiten es gibt, ihre Ideen umzusetzen“, sagt Moritz Haverkamp, Vertriebsleiter des Unternehmens mit über 120 Mitarbeitern, das als kreativer Zulieferer für Tischler und Laden- sowie Messebauer agiert.

Geschäftsführer Frank Ackermann, der das Familienunternehmen in dritter Generation leitet, hat die Digitalisierung der Fertigungstechnik frühzeitig als Chance erkannt und den als klassische Bauschreinerei gestarteten Betrieb konsequent zu einem technologiegetriebenen Zulieferer für Schreinereien, Innenarchitekten, Laden- und Messebauer umgebaut. „Wir sind zum einen richtig gut darin, komplizierte Freiformen zu fertigen und so auch außergewöhnliche Design-

Ideen umzusetzen“, erklärt Haverkamp das Geschäftsmodell. Das Unternehmen positioniert sich als Dienstleister, der größere Projekte aus einer Hand fertigen und finalisieren kann: von der Formvorstellung über die Wahl der Materialien, der Bearbeitungsmethoden und der Fertigung bis hin zur Logistik und zum Aufbau. „Zum anderen positionieren wir uns aber auch als innovativer Dienstleister für Schreiner-Kollegen, für die wir Ideen entwickeln, die ihnen den Arbeitsalltag erleichtern.“

Ein Bauherr will einen 22,5-Grad-Winkel oder komplexe Ornamente in einem Trockenbau-Abschnitt? Mit den Hightech-Maschinen und moderner Planungs-Software kein Problem. „Wir wollen in beiden Bereichen in den kommenden Jahren weiter wachsen“, sagt Moritz Haverkamp. ➤



»Ein Keks-Shop klingt simpel, aber ich hatte schon hohe Ansprüche.«

Bäckermeister Gregor Stapper verschickt aus seiner Bäckerei in Brilon Kekse, die sich online individuell gestalten lassen.



ARBEITSWELTEN

Die Geschichte von Roland Schüren (Foto Seite 31) Wandel zum Nachhaltigkeits-Pionier beginnt im Frühjahr 2008 mit einem Container voller altem Brot. Der Inhaber der gleichnamigen Bäckerei in Hilden (NRW) hatte Besuch von einem Energieberater, als dieser aus dem Fenster schaute und einen Tierfutterhersteller sah, der alte Backwaren abholte. „Wissen Sie, dass Sie den Wert von 900 Litern Heizöl verschenken?“, fragte ihn der Berater. Aus dieser Erkenntnis entstand eine Idee: Warum nicht das Rest-Brot, das nicht zu Paniermehl verarbeitet werden oder an die Tafeln geliefert werden konnte, zum Heizen der Öfen nutzen?

Der Gedanke ließ den Bäckermeister nicht mehr los. Er entwickelte gemeinsam mit einem Ofenbauer einen Spezialofen, der komplett mit Biomasse und Holzpellets betrieben werden konnte. „Die neuen Öfen haben unseren Betrieb vom Gasmarkt unabhängig gemacht“, erzählt Schüren, der die Betriebskosten so um die Hälfte senken konnte. Der Erfolg

mit dem Biomasse-Ofen spornte ihn an: Im Jahr 2013 nahm der Bäcker das nächste Großprojekt in Angriff und baute seine Backstube in ein sogenanntes Plus-Energie-Haus um, ein Gebäude, das mehr Energie produziert, als seine Bewohner verbrauchen. Dafür installierte er unter anderem Fotovoltaikanlagen auf dem Dach seiner Filiale. Auch die Logistik krepelte er komplett um und ersetzte die mit Verbrennungsmotoren betriebenen Lieferfahrzeuge fast vollständig durch Elektroautos. Sonnenstrom, der nicht in der Bäckerei gebraucht wird, fließt heute in den hauseigenen Fuhrpark mit 21 Ladeplätzen für Elektroautos.

Durch sein Nachhaltigkeitskonzept hat Schüren nicht nur neue Kunden gewonnen. „Ich merke den Fachkräftemangel nicht so stark wie viele Kollegen“, sagt Schüren, der regelmäßig Initiativbewerbungen auf dem Tisch hat. Verkäufer und Bäcker, aber auch Erzieher wollen für ihn arbeiten. Auch, weil sie seine Ideen einer nachhaltigen Bäckerei gut finden. Inzwischen bildet er Mitarbeiter sogar zu Nachhaltigkeits-Botschaftern aus.



KUNDEN

Gregor Stapper hätte auch einfach den elterlichen Bäckereibetrieb in Brilon weiterführen können. Fünf Jahre lang hatte der heute 32-Jährige das auch getan. „Die Bäckerei lief rund. Aber ich wollte etwas Eigenes aufbauen“, sagt Stapper. Er verpachtete die Backstube an eine Bäcker-Familie, ging erst einmal zwei Jahre auf die Walz. Und kam mit einer zündenden Geschäftsidee im Kopf wieder zurück nach Brilon: Kekse. Personalisierte Kekse. Kekse, die sich ganz einfach online per Mausklick individuell gestalten und bestellen lassen.

Mitte 2016 ging der Keks-Kreator online – und startete innerhalb weniger Monate rasant durch. Nachdem im Fernsehen über ihn berichtet wurde, lief das Geschäft fast von allein an. Große Konzerne wie Coca-Cola, Innogy und die Commerzbank orderten Kekse mit individueller Botschaft an ihre Kunden als Werbemittel. Und viele Privatkunden bestellen seither personalisierte Kekse etwa zu Karneval, Ostern oder dem Valentinstag. „Die Großaufträge für Werbemittel-Kunden auf der einen Seite und die vielen kleinen Aufträge auf der anderen Seite ergänzen sich gut“, sagt Stapper. „So haben wir immer gut zu tun.“

Fünf Mitarbeiter hat Stapper inzwischen. Eine Mitarbeiterin, die sich um Marketing und Vertrieb kümmert, eine Bäckermeisterin und zwei Helfer. „Auch mein Vater packt immer wieder mit an“, berichtet Stapper. Der Bäckermeister hat seinem Sohn nicht übel genommen, dass er lieber den Online-Shop aufbaut, als den elterlichen Betrieb weiterzuführen. „Was wir hier machen, ist ja echtes Handwerk. Nur eben mit einem Online-Geschäftsmodell verknüpft“, sagt Stapper. Selbst wenn der Keks-Shop nicht mehr so gut laufen sollte, wären Zeit und Energie nicht verschwendet gewesen, ist sich der Unternehmer sicher.

hm

reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de



IHM 2018

Alle Unternehmen finden Sie auf der IHM-Themenfläche „Treffpunkt Fachbesucher“. Halle C1, Stand 262. Infos: www.handwerk-magazin.de/ihm





Innovation
that excites



EINE LIGA FÜR SICH. DER NISSAN NAVARA.

NISSAN NAVARA
DOUBLE CAB 4X4 VISIA
2.3 l dCi, 120 kW (163 PS)

UVP:

AB € 26.449,-¹ (NETTO)

AB € 31.475,-¹ (BRUTTO)



Gewohnt kraftvoll, überraschend intelligent – der NISSAN NAVARA ist ein erfahrener Teamchef, mit dem Sie bei jedem Einsatz bestens aufgestellt sind. Er verbindet die enorme Leistungsstärke eines Pick-ups mit dem komfortablen Fahrverhalten eines Pkws – alles inklusive 5 Jahren Garantie² bis 160.000 km.
Mehr erfahren auf nissan-fleet.de



DIE NISSAN NUTZFAHRZEUGE.
NISSAN. STOLZER PARTNER DER UEFA CHAMPIONS LEAGUE.

Gesamtverbrauch l/100 km: innerorts 6,8, außerorts 5,8, kombiniert 6,1; CO₂-Emissionen: kombiniert 159,0 g/km (Euro 6, Messverfahren gem. EU-Norm).

Abb. zeigt Sonderausstattung. ¹Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers zzgl. Überführung und Zulassung. ²5 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. NISSAN CENTER EUROPE GMBH, Postfach, 50319 Brühl.

Vom **UMBAU** der Städte profitieren

Eine 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. **Dritter und letzter Teil.**

Autor **Olaf Deininger**

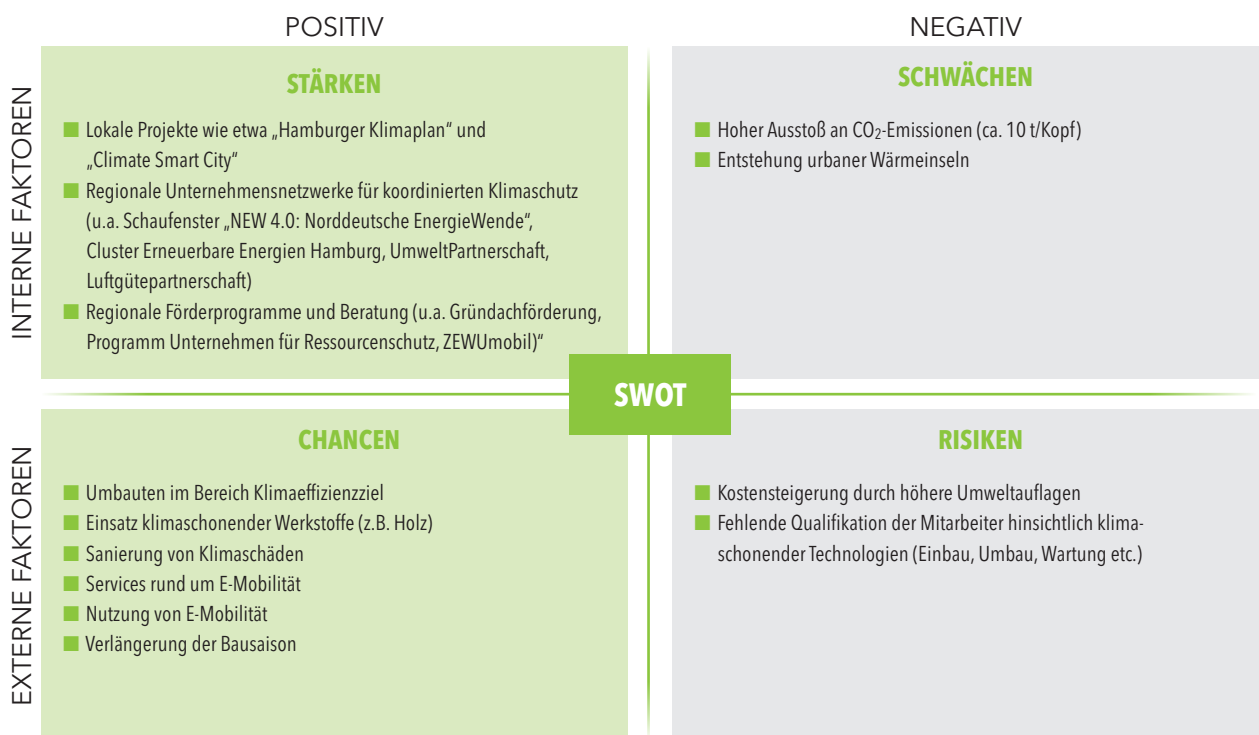
Die Veränderungen im Umwelt- und Klimaschutz gehen stark mit technischen Neuerungen und der Umgestaltung von Infrastrukturen einher“, erläutert Dr. Klaus Müller, Geschäftsführer des Instituts für Mittelstand und Handwerk (ifh) an der Universität in Göttingen. Das sei speziell in den Bereichen Verkehr, Abwasser oder Energie sichtbar. Daraus würden sich für die Handwerksbetriebe in den Metropolen vielfältige Chancen ergeben, zusätzliche Aufträge zu erhalten, bei denen der Umwelt- und Klimaschutz die Triebkraft für öffentliche und private Investitionen ist, sagt der Forscher.

In einer kürzlich veröffentlichten Studie analysiert das ifh Chancen und Risiken der Betriebe in Hamburg. Doch viele der Ergebnisse sind auch auf andere bundesdeutsche Großstädte übertragbar. Etwa bei Umwelt und Klimaschutz. Exemplarisch sehen die Forscher hier den

SWOT Umwelt- und Klimaschutz Neue Energieinfrastruktur und Kundenbedürfnisse

Der Umbau der Energieinfrastruktur und veränderte Kundenanforderungen in Richtung Ökologie und Nachhaltigkeit erzeugen neue

Chancen für das Handwerk. Risiken ergeben sich hingegen durch Veränderungsprozesse in den Handwerksbetrieben selbst.

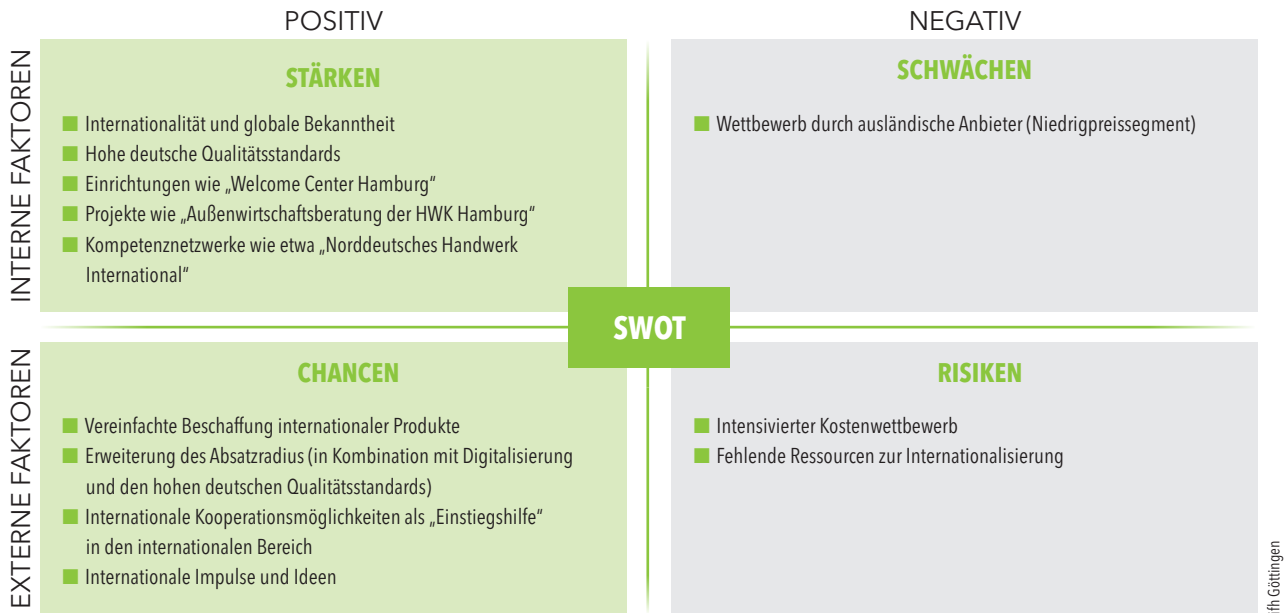


ifh Göttingen

SWOT Europäisierung und Globalisierung Wettbewerbsdruck für die kleinen Betriebe

Chancen ergeben sich dennoch in der Erweiterung des Absatzradius für die eigenen Produkte sowie in internationalen Kooperationsmöglich-

lichkeiten. Die Konkurrenz durch internationale Anbieter und zugezogene Arbeitskräfte bleibt ein weiteres Risiko.



Umbau der Energieinfrastruktur: etwa die Installation dezentraler Anlagen sowie den Einbau von Speichermöglichkeiten und Solarmodulen bei privaten, öffentlichen oder gewerblichen Kunden. Handwerksbetriebe könnten Marktchancen erschließen, wenn sie vermehrt auf die Verwendung von nachhaltigen Materialien (z.B. Holz) umsteigen und auf die Nachhaltigkeitsaspekte ihrer Produkte hinweisen. Mittelfristig böten sich zudem Möglichkeiten im Feld der E-Mobilität durch die (staatlich geförderte) Umstellung von Unternehmensfuhrparks.

ENERGIEWENDE BLEIBT RELEVANT

Neben diesen vielfältigen Chancen ergeben sich jedoch auch Risiken. Vor allem, wenn es den Handwerksbetrieben nicht gelingt, Umweltschutzmaßnahmen kostenneutral umzusetzen und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Thematik des Umweltschutzes zu sensibilisieren. Umweltschädigende Verfahren und Abläufe werden kurz- und mittelfristig sowohl negative Konsequenzen am Markt nach sich ziehen als auch, im schlimmsten Fall, die Schließung von Betrieben zur Folge haben.

Um die zu erwartenden Entwicklungen im Themenbereich Umwelt- und Klimaschutz positiv für das Handwerk um-

setzen zu können, wurden folgende Handlungsoptionen abgeleitet. Dabei geht es einerseits um die Vermarktung der angebotenen Dienstleistungen und Produkte und andererseits um die erfolgreiche Nutzung von Marktpotenzialen, die sich bereits heute als auch in Zukunft aus den politischen Weichenstellungen ergeben:

Austausch: Kommunikation von Erfahrungsberichten und Ergebnissen der bisher durchgeführten Pilotprojekte.

Marketing: Kommunikation von Nachhaltigkeitsaspekten regionaler Handwerksprodukte.

E-Mobilität: Schrittweise Umstellung auf die Nutzung von E-Fahrzeugen für Fahrten im innerstädtischen Bereich.

Zertifizierungen: Ausweitung der regionalen Zertifizierung von Handwerksbetrieben mit nachhaltigen Produkten, Dienstleistungen oder Betriebsabläufen.

EXPORT BLEIBT CHANCE

Die Forscher gehen davon aus, dass die handwerklichen Umsätze, die im überregionalen oder internationalen Rahmen erzielt werden, längerfristig an Bedeutung gewinnen. Chancen böten sich hauptsächlich in der Erweiterung des Absatzradius für die eigenen Produkte sowie in internationalen Kooperationsmöglich-

keiten, die den Betrieben das Erschließen neuer Märkte erleichtern. Der interkulturelle Austausch und die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund in die Betriebe können zudem deren Innovationskraft fördern und die Entstehung neuer oder ergänzender Produkte und Dienstleistungen nach sich ziehen.

Doch die Konkurrenz durch internationale Anbieter und zugezogene Arbeitskräfte, vor allem in den zulassungsfreien Handwerksberufen, ist kurz- und mittelfristig ein weiteres Risiko für das Handwerk. Der meist damit verbundene Preisrückgang geht nicht selten zulasten von Qualität, sozialer Sicherung und Qualifizierungsanreizen. Die Attraktivität des lokalen handwerklichen Absatzmarktes verschärft dieses Problem, da die Großstädte für ausländische Handwerksunternehmen auch in Zukunft ein attraktives und logistisch gut erreichbares Ziel darstellen.

hm

olaf.deininger@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

BRAUER

Weniger **BIERTRINKER**



Jörg Lehmann, Präsident des Deutschen Brauer-Bundes.

Nachdem sich der deutsche Biermarkt in den vergangenen drei Jahren relativ stabil gezeigt hatte, mussten die Brauer 2017 erstmals wieder einen leichten Absatzrückgang verbuchen. Die deutschen Brauereien haben im vergangenen Jahr insgesamt rund 94 Millionen Hektoliter Bier abgesetzt. Damit konnte das Vorjahresergebnis von 96 Millionen Hektolitern nicht erreicht werden. Trotzdem bleibt der Deutsche Brauer-Bund (DBB) optimistisch. „Die Zahl der Brauereien in Deutschland und die Vielfalt der Biere wird in den kommenden Jahren weiter wachsen, auch dank der Craft-Bewegung“, so Jörg Lehmann, Präsident des Deutschen Brauer-Bundes. Nach Schätzungen des DBB werden in Deutschland mittlerweile mehr als 6.000 verschiedene Biermarken angeboten. Damit haben die Verbraucherinnen und Verbraucher mehr Auswahl denn je zuvor. **rm**

»Es ist paradox, das Baugewerbe boomt, gleichzeitig nimmt aber die Zahl der Meisterbetriebe ab.«

Rainer Reichhold, Landeshandwerkspräsident in Baden-Württemberg.

NEUE MARKT-STUDIEN

ZUFRIEDENE Werkstattkunden

KFZ-GEWERBE 82 Prozent aller Pkw-Halter lassen Wartungs- und Reparaturarbeiten immer in derselben Werkstatt durchführen. Damit kommt eine hohe Kundenloyalität zum Ausdruck. Zudem sind 78 Prozent der Kunden mit ihrer Werkstatt außerordentlich zufrieden, 18 Prozent sind zufrieden. Das zeigen Zahlen aus dem neuen DAT-Report (Deutsche Automobil Treuhand).

www.dat.de



WOHNEN IM ALTER Eine Umfrage der gemeinnützigen Beratungsgesellschaft co2online zeigt: Die Hälfte der befragten Hausbesitzer gibt an, dass sie gar nicht weiß, wo sie sich zu altersgerechtem Wohnen beraten lassen kann. 63 Prozent wünschen sich eine Vor-Ort-Beratung zu Hause.

www.co2online.de



AUFTRAGS-PLATTFORM

Frisches Kapital für **HOMEHELL**

Homebell, nach eigenen Angaben mit monatlich rund 10.000 Anfragen Deutschlands meistgebuchter Online-Anbieter für Renovierungsarbeiten, hat sich aktuell elf Millionen Euro frisches Kapital von Geldgebern gesichert. So investiert SevenVentures, der Finanzinvestor der ProSiebenSat.1-Gruppe, in das Berliner Unternehmen. Zudem nehmen mit Axa Deutschland und dem Helvetia Venture Fund zwei der führenden Versicherungsunternehmen an der Finanzierungsrunde teil. Homebell (www.homebell.com) wurde 2015 von Felix Swoboda und Sascha Weiler gegründet. Das Konzept unterscheidet sich von herkömmlichen Auftragsvermittlungs-Plattformen, weil das Unternehmen für den Kunden die Planung des Auftrags, die Auswahl des Handwerkers und die gesamte Auftragsdurchführung übernimmt. Für den Handwerksbetrieb übernimmt Homebell die Akquise, die Auftragsplanung, die Kalkulation und die Rechnungsstellung. Derzeit arbeiten rund 400 Handwerksbetriebe mit Homebell zusammen. **rm**

Felix Swoboda (links) und **Sascha Weiler**, Gründer und Geschäftsführer von Homebell.



Helden sollten nicht warten.

Mietservice. Besser. DBL.



Wir kümmern uns um Ihre Berufskleidung.
Sie retten die Welt.

DBL – Deutsche Berufskleider-Leasing GmbH | info@dbl.de | www.dbl.de

dbl  **service**
Miettextilien

Das sind Männers LIEBLINGE

Wer den ganzen Tag in einer Klamotte steckt, muss sich darin wohlfühlen. Wir haben die Hersteller gefragt, was ihre Handwerkskunden am liebsten tragen. Die Kollektion der Bestseller.

Autorin **Kerstin Meier** Fotograf **Stefan Hohloch**



ENGELBERT STRAUSS

Funktionsweste Thermo stretch und Bundhose aus der Kollektion e.s.motion 2020 mit T-Shirt workwear republic

Schuhe: Sicherheitshalbschuhe Tegmen II low der Schutzklasse S1

Kopfbedeckung: Cap Craft can do



HAIX

Light Jacket aus dem atmungsaktiven, aber windundurchlässigen Gore-Windstopper Material, dazu die Performance Pants und das T-Shirt Pure Comfort.

Schuhe: Haix Black Eagle Safety 40 low der Schutzklasse S3 mit wasserdichter Gore-Membran.



KANSAS

Sweatjacke 7052 SMP mit 3/4 Handwerkerhose 2136 DCS aus Stretch-Denim, dazu T-Shirt 7404 TCY

Schuhe: Modell Maddox grey-blue Low ESD der Schutzklasse 1 von Elten



DICKIES

Softshelljacke, Bundhose,
T-Shirt und Cap aus der
Kollektion Dickies Pro.

Schuhe: Tiber Safety
Trainer der Schutzklasse
S3 von Dickies



WEITBLICK

Weste und Bermuda
aus der Kollektion
Hero Flex, dazu das
Core T-Shirt

Schuhe: Modell
Journey blue Low
ESD der Schutzklasse
1 von Elten



KÜBLER

Jacke (Fb 2599) und Hose (Fb 2599) aus der Kollektion Practiq von Kübler mit T-Shirt von Bardusch

Schuhe: Aerial Low Halbschuh von Puma der Schutzklasse S1 (bereitgestellt von MEWA)



UVEX

Weste (7427), Bermuda (7426) und T-Shirt (7434) aus der Kollektion Suxseed

Schuhe: Halbschuh Uvex 2 Vibram der Schutzklasse 2 (in verschiedenen Weiten erhältlich)



MEWA

Weste und Shorts aus der Kollektion
Dynamic Construct mit T-Shirt basic

Schuhe: Korsar Crossover Halbschuh der
Schutzklasse 3



DBL

Wattierte Weste, Arbeitshose und Poloshirt
aus der Kollektion BPerformance

Schuhe: Modell Maverick black-red mid
der Schutzklasse 1 von Elten



WÜRTH MODYF

Jacke und Bermuda aus der Kollektion
Worker mit T-Shirt Work

Schuhe: Aerial Low Halbschuh der
Schutzklasse S1 von Puma
(bereitgestellt von MEWA)

Fachbesucher Themen in Halle C1!

Heute ist die Zukunft von gestern. Und morgen? Handwerk: Die nächste Generation.

Im Handwerk hat die Zukunft schon aus Tradition Zukunft!
Wir stellen uns jeder Herausforderung. Und jetzt neu auf:

Wir kooperieren mit Hochschulen, wir vernetzen uns mit anderen Branchen, teilen Werkzeuge und Werkstätten.
Wir digitalisieren unsere Unternehmen, wir geben unseren Talenten mehr Spielräume und den starken Frauen Verantwortung. Wir denken neu und setzen leidenschaftlich um.
Wir freuen uns auf die Zukunft!

(Wie die auch für Sie vorteilhaft wird, sehen Sie auf der IHM.)

Das ist die nächste Generation Arbeitswelten.
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

PLANUNG mit BIM wird Standard

In Zusammenarbeit mit dem Heinz-Piest-Institut für Handwerkstechnik (HPI) stellen wir in einer Serie Technologietrends für das Handwerk vor. Folge 2: „BIM“.

FUNKTIONSPRINZIP

Die Digitalisierung von Planungs- und Bauprozessen wird im Baugewerbe unter „Building Information Modeling“ (BIM) zusammengefasst. Diese IT-unterstützte Methode ermöglicht durch einen schnellen Zugang zu detaillierten Gebäudeinformationen und eine effiziente Zusammenarbeit aller Baubeteiligten eine verbesserte Wertschöpfung und Leistung über den gesamten Lebenszyklus eines Gebäudes. Durch zunehmenden Einsatz von BIM im internationalen Baugeschehen wird sich die Arbeitsmethode auch in Deutschland durchsetzen. BIM soll bei der Realisierung großer Verkehrsprojekte des Bundeswirtschaftsministeriums (BMWi) ab 2020 verbindlich werden.

BIM besteht aus einem digitalen, dreidimensionalen Gebäudemodell, welches Informationen über alle Phasen des Lebenszyklus (Entwurf, Planung, Ausführung, Betrieb) enthält. Während des Planungsprozesses werden mit allen beteiligten Planern und ausführenden Partnern geometrische und weitere für den Bauprozess relevante Informationen definiert und den einzelnen Bauteilen zugeordnet. Sind zusätzlich auch Informationen zu allen im zukünftigen Bauwerk enthaltenen Teilen (z. B. Preise, Lieferdaten, Kosten, Schalldurchlässigkeit oder Brandschutzmerkmale) implementiert, wird das jeweilige Modell als vier- oder fünfdimensional bezeichnet. Für den fertigen Raum lassen sich Daten zu Volumen oder Nutzungsmöglichkeiten hinterlegen. Diese fünfdimensionalen Modelle machen den Einfluss einer Änderung auf den gesamten Bauprozess direkt

Relevanzfelder Betroffene Berufe und Anwendungsbereiche

Berufe und Tätigkeiten im Handwerk, die heute und in der Zukunft von der Anwendung der

„Building Information Modeling“-Methode betroffen sind oder in Kürze sein werden.

Verwalten und Erstellen von Modelldaten

Anlagenmechaniker,
SHK-Technik
Bauzeichner
Zimmerer
Elektroniker, Energie- und
Gebäudetechnik

Optimierung von Mengen und Materialien

Maurer
Dachdecker
Beton- und
Stahlbetonbauer
Wärme-, Kälte- und
Schallschuttsisolierer

Auswertung der Informationen für Angebote, Aufmaß, Planung etc.

Maurer und Lackierer
Gerüstbauer
Beton- und
Stahlbetonbauer
Dachdecker

sichtbar, wodurch der Baufortschritt und die anschließende Nutzung effizienter gestaltet werden können. BIM erlaubt somit eine Gesamtbetrachtung des Lebenszyklus, in der sowohl Eingabe als auch Abruf von Informationen zum Gebäude in Echtzeit möglich sind.

ANWENDUNGSGEBIETE

Baugewerke, die an der Realisierung von Gebäuden beteiligt sind, müssen neue Kompetenzen aufbauen. Maurer oder Zimmerer entnehmen etwa die benötigten Daten einem Modell, um ein Angebot schreiben zu können. Im folgenden Bauprozess wird mit den Daten weitergearbeitet, da durch die Aktualität sowie die Transparenz der Daten Prozesse optimiert und Entscheidungen schneller getroffen werden können. Neben der Nutzung der Modelldaten werden sich einige Gewerke auch mit der Erstellung von Modellen befassen. Das gilt für Bauzeichner, aber auch andere planende Gewerke.

AUSBLICK

BIM wurde lange als reines Thema für Planungsbüros und große Bauunternehmen angesehen. Doch es zeigte sich, dass auch Handwerksbetriebe fester Bestandteil dieser digital vernetzten Arbeitsweise werden müssen, wenn sie sich künftig an Bauprojekten beteiligen wollen. Aufgrund dieser großen Bedeutung für den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit ergibt sich deshalb heute eine hohe Relevanz von BIM für alle am Bauprozess und am späteren Betrieb beteiligten Firmen. Hier müssen sich die Firmen entsprechend qualifizieren.

hm

olaf.deininger@handwerk-magazin.de



Themenseite „BIM“

Informationen zu Qualifizierungs- und Weiterbildungsangeboten finden Sie auf:
www.handwerk-magazin.de/bim

**TOP
PREIS**

**BETRIEBS-
HAFTPFLICHT**

**TOP
LEISTUNG**



TIL SCHWEIGER IN

DER BAUPROTECTOR

**VON EXPERTEN
VERSICHERT**

**VHV III
VERSICHERUNGEN**

DIE VHV SCHÜTZT BAUBETRIEBE VOR RIESIGEN RISIKEN

Auf einer Baustelle kann jeden Tag Unvorhergesehenes passieren – schon kleine Fehler können zu hohen Schadensersatzansprüchen führen. Als Bauspezialversicherer bietet die VHV Ihnen maximalen Schutz mit der wahrscheinlich besten Betriebshaftpflicht am Markt. Regelmäßige Leistungs-Updates sichern unsere Kunden vor neuen Risiken. So wurden mit dem aktuellen Produkt wichtige Leistungsverbesserungen eingeführt, wie der Schutz bei Drohneneinsätzen und Nachbesserungsbegleitschäden bis 300.000 EUR. Für eine schnelle und unkomplizierte Schadensregulierung stehen Ihnen kompetente Experten zur Seite.

Mehr Infos unter 0180.22 32 100* oder unter vhv-bauexperten.de

* Festpreis 6 Cent pro Anruf, aus Mobilfunknetzen höchstens 42 Cent pro Minute.

Dem KUNDEN auf der Spur

Da sein, wenn der Kunde die Kaufentscheidung trifft, und nicht warten, bis er selbst aktiv nach einem Produkt sucht: Mit Targeting sind Sie der Konkurrenz den entscheidenden Schritt voraus.

Autorin **Kerstin Meier** Fotograf **Tristan Vankann**

Von seiner Zielgruppe hat Jens Schriefer eine klare Vorstellung: „Wohnungs- oder Eigenheimbesitzer, die über ein gutes Budget verfügen und auch selbst darüber entscheiden, keine Mieter“, erklärt der Geschäftsführer von tuerenheld.de in Stuhr, einer der drei größten Online-Shops für Türen in Deutschland. Vor elf Jahren hatte der Chef der Fenster- und Türenwelt GmbH die Idee, neben den klassischen Ladenlokalen mit Beratung und Vorort-Verkauf einen Online-Shop zu gründen.

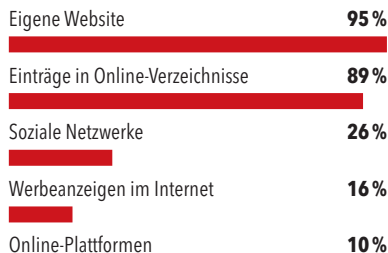
Das erste Geschäftsjahr blieb mit rund 100.000 Euro Umsatz zwar noch hinter den Erwartungen zurück, doch allmählich fand der Türenkauf im Netz immer mehr Anhänger: „Heute erzielen wir an guten Wochenenden den Umsatz des gesamten ersten Geschäftsjahres“, freut sich Schriefer. Ausschlaggebend dafür ist nach seiner Einschätzung eine ausgeklügelte Online-Marketingstrategie.

Wer bei Google das Keyword „Türe“ oder einen verwandten Begriff eingibt, findet tuerenheld.de sowohl bei den organischen Treffern als auch bei den bezahlten Anzeigen ganz vorne. „Wir haben unsere Suchbegriffe selber entwickelt, über die Zusammenarbeit mit der Agentur aber auch noch wertvollen Input erhal-

Werbeformen im Internet:

Nur 16 % setzen auf Anzeigen

Wie machen Sie im Internet auf Ihr Unternehmen und Ihre Leistungen aufmerksam?



Quelle: Bitkom Research

ten“, erklärt der tuerenheld.de-Chef. Schließlich kommt es bei der Bestimmung der Keywords vor allem darauf an, aus der Sicht der potenziellen Kunden zu denken, da hilft der Input von außen.

Da die Möglichkeiten beim klassischen Suchmaschinenmarketing laut Schriefer nahezu ausgeschöpft sind, es aber immer noch viele Kunden gibt, die nicht wissen, dass man Haustüren auch online kaufen kann, schaltet tuerenheld.de gezielt Bannerwerbung auf Portalen,

die sich mit den Themen Immobilien, Wohnen und Einrichten beschäftigen. Erfüllt dort ein Nutzer die zur Zielgruppe von tuerenheld.de gehörenden Kriterien, bekommt er – ohne gezielt nach Türen gesucht zu haben – das passende Werbebanner von tuerenheld.de angezeigt.

Ziel dieser von Marketingexperten als „Targeting“ bezeichneten Werbeform ist es, potenzielle Kunden schon vor der aktiven Suchanfrage mit einer Marke zu konfrontieren. „Wenn sie dann eine Tür suchen“, so tuerenheld.de-Geschäftsführer Schriefer, „haben wir es in der Zwischenzeit idealerweise geschafft, unsere Marke in ihren Köpfen zu platzieren.“

TEURE STREUVERLUSTE REDUZIEREN

Den Kunden über ein Angebot zu informieren, bevor er selber weiß, dass er es braucht, klingt zwar zunächst nach starkem Werbe-Hokuspokus, ist aber aufgrund des riesigen Schatzes an Konsumentendaten, die dann auch noch nahezu beliebig miteinander verknüpft werden können, längst keine Zukunftsmusik mehr. Schließlich lässt sich damit ein Marketingdilemma lösen, das Werbetreibende schon seit Jahrzehnten beschäftigt: die lästigen und vor allem teuren Streuverluste.



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

»Das Ziel ist es, mit unserer
Marke in den Köpfen der
potenziellen Kunden
präsent zu sein.«

Jens Schriefer, Geschäftsführer von tuerenheld.de im norddeutschen Stuhl,
hat sein Online-Marketing exakt auf seine Zielgruppe abgestimmt.



„Relevanz in der Werbung zu schaffen heißt, den potenziellen Kunden genau dann mit einer Werbebotschaft zu erreichen, wenn diese ihm wichtig erscheint“, erklärt Torsten Engelken, Geschäftsführer der „ad pepper media GmbH Deutschland“ in Nürnberg.

Während die Branchengrößen wie Amazon oder Zalando schon lange auf ausgefeilte Targetingmaßnahmen setzen, steckt der Mittelstand bei der Anwendung solcher Werbemaßnahmen laut Online-Umfrage der Agentur Crossvertise noch in den Kinderschuhen. Zwar investieren die befragten Mittelständler inzwischen 46 Prozent ihres Budgets in digitale Werbung, gaben aber an, insgesamt noch zu wenig über die Möglichkeiten der digitalen Werbemaßnahmen zu wissen.

Michael Baumgartner, Berater für Klein- und Mittelbetriebe beim eBusiness-Lotsen Oberschwaben-Ulm, kann die >

Anleitung So finden Sie Ihre Zielgruppe

Je genauer Sie Ihre Zielgruppe beschreiben und definieren, desto zielgerichteter können Sie Ihre Werbemaßnahmen ausrichten. Die

folgenden drei Schritte zeigen, wie Sie Ihre Wunschkunden definieren und daraus die passenden Botschaften ableiten.

1 Kundenstamm analysieren

Gehen Sie die Aufträge der letzten drei bis fünf Jahre durch. Mit welchen Kunden und Aufträgen haben Sie die besten Renditen erwirtschaftet? Wo gab es die wenigsten Reklamationen? Welche Aufträge haben Ihnen und Ihrem Team am meisten Spaß gemacht? Ihr Ziel sollte es sein, sich künftig vor allem auf solche Kunden zu konzentrieren, die Ihre Stärken zu schätzen wissen und auch dazu bereit sind, dafür einen angemessenen Preis zu bezahlen.

2 Wunschkunden definieren

Versuchen Sie nun, Ihren Wunschkunden so genau wie möglich zu beschreiben. Und zwar nicht nur nach den klassischen Daten wie Geschlecht, Alter, Kaufkraft oder Wohnort, sondern auch anhand seines Lebensstils, seiner Wünsche und Werte sowie seines Kaufverhaltens.

3 Werbebotschaft formulieren

Versetzen Sie sich in Ihren Wunschkunden: Was sind bezogen auf Ihr Angebot seine dringenden Probleme und Fragestellungen? Je besser Sie Ihre Werbebotschaft auf die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe ausrichten, desto größer die Erfolgchancen.



»Wer heute die Kunden noch erreichen will, muss die Motive ihres Handelns kennen.«

Wolfgang Bscheid, Geschäftsführer der Serviceplan-Tochter Mediascale in München und Pionier des psychografischen Targetings.

Zurückhaltung der Betriebe beim Thema Targeting bestätigen: Die speziell für Kleinbetriebe erstellte Infobroschüre zum Targeting wird kaum abgerufen; auch in den zahlreichen Beratungsgesprächen wird das Thema fast nie nachgefragt. Das liegt nach Einschätzung des Experten vor allem an den Budgets, die bisher bei den Klein- und Mittelbetrieben für eine ausgefeilte Zielgruppenansprache nicht ausreichen.

TREND ZU SINKENDEN KOSTEN

Zwar lassen sich die gewünschten Zielgruppen über Werbenetzwerke wie etwa das „Google Display Network“ oder auch Plattformen wie Facebook, Instagram & Co. schon sehr exakt erreichen, das sei aber (noch) mit für einen Kleinbetrieb hohen Kosten verbunden. Nach Baumgartners Einschätzung wird das Thema in den nächsten ein bis zwei Jahren jedoch an Relevanz im Mittelstand gewinnen: „Wie in vielen Bereichen werden auch hier die Agenturen Standards entwickeln, sodass die Kosten insgesamt sinken werden.“

Michael Christmann, Inhaber von Stuckateur Belz in Bonn, hat in den sozia-

Glossar Diese Begriffe sollten Sie kennen

Damit die zielgruppenorientierte Ansprache Ihrer Wunschkunden im Internet auch gelingen kann, sollten Sie für die Arbeit mit dem Google

Display Network oder auch einer anderen Online-Marketing-Agentur die wichtigsten Begriffe rund um das Targeting kennen.

Behavioral Targeting. Basierend auf der Cookie-Technologie werden die vom Nutzer besuchten Websites und seine Interaktion mit Werbebannern analysiert und die Banner entsprechend platziert.

Cookie. Kleine, auf dem Computer eines Nutzers gespeicherte Datei, die Einstellungen und weitere Daten zu den jeweils besuchten Websites enthält.

Conversion Rate. Die in Prozent gemessene Zahl zeigt das Verhältnis der Besucher einer Website zu den getätigten Transaktionen (Beispiel Bestellung eines Testprodukts, Buchung einer Probefahrt etc.).

Contextual Targeting. Hier wird die Werbung platziert, sobald das vorher definierte Keyword im Text der vom Benutzer besuchten Website irgendwo auftaucht.

Google Display Network. Das aus über zwei Millionen Websites, Videos und Apps bestehende Netzwerk erreicht über 90 Prozent der Internetnutzer. Werbetreibende können dort gezielt ihre Anzeigen platzieren.

IP-Adresse. Eindeutige Nummer, die jedem Computer oder mit dem Internet verbundenen Gerät zugeordnet ist.

Keyword Targeting. Dahinter verbirgt sich die Werbeansprache von Nutzern zum Zeitpunkt ihrer Beschäftigung mit dem beworbenen Keyword.

Relevanz. Um diese für den Kunden zu schaffen, muss er die Werbebotschaft genau dann erhalten, wenn sie für ihn wichtig ist und er sich mit dem beworbenen Inhalt beschäftigt.

len Netzwerken schon mit zielgruppen-gesteuerter Werbung experimentiert. Die dafür notwendige Definition der für den Betrieb relevanten Zielgruppen hatte der Unternehmer bereits erledigt: „Ich habe die Aufträge der letzten fünf Jahre durchgesehen, die wirtschaftlich lukrativen Projekte herausgesucht und daraus die für uns wichtigsten Zielgruppen abgeleitet.“ Über Facebook hat er dann eine Kampagne gestartet, um Kunden über 45 Jahre mit Interesse an Architektur und Immobilien anzusprechen.

Bei der Ausgestaltung der Zielgruppen geht der Trend inzwischen weg von der üblichen Einteilung nach Alter, Geschlecht, Bildung oder Einkommen. „Die üblichen Sinus-Milieus sind überholt, weil die Menschen nicht mehr in die vorgesehenen Schubladen passen“, weiß Wolfgang Bscheid, Geschäftsführer der Serviceplan-Tochter Mediascale in München. Um die hinter dem Konsumentenverhalten stehenden Motive menschlichen Handelns abzubilden, hat der Marketingexperte mit seinem Team für die Vermarktung des neuen Mini-Clubman die deutschlandweit erste Kampagne

mit psychografischer Zielgruppenansprache entwickelt. Ausgehend von den Motiven Macht, Leistung und Anschluss wurden drei verschiedene Personentypen entwickelt, für die es jeweils eine spezielle Ansprache gab. Mit durchschlagendem Erfolg: Die Quote derjenigen, die sich übers Netz zu einer Testfahrt angemeldet haben, ist um 200 Prozent gegenüber der herkömmlichen Kampagne gestiegen.

Stuckateur Christmann ist mit dem Erfolg seiner Facebook Kampagne ebenfalls zufrieden. Schließlich ist es ihm gelungen, den Anteil der über 45-jährigen Fans und erreichten Personen schon durch die verhältnismäßig kleine Maßnahme nachvollziehbar zu steigern. Das motiviert zu weiteren Kampagnen. **hm**

kerstin.meier@handwerk-magazin.de



Erfolgsfaktor Online-Marketing

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

www.handwerk-magazin.de/online-marketing





FÜR CHUCK NORRIS GIBT ES KEIN KONTRA, SONDERN NUR PRO.



Z. B. DEN FIAT DOBLÒ CARGO.
ALS EASY ANGEBOT BEREITS AB **9.990 €¹**

WER NICHT CHUCK NORRIS IST, BRAUCHT FIAT PROFESSIONAL.

Sie haben keine legendären Superkräfte wie Chuck Norris? Wir bieten Ihnen professionelle Unterstützung bei Ihren Heldentaten. Die Fiat Professional Modelle sind Ihr Partner für den Transport schwerer Lasten in der Stadt und im Gelände. Welche Herausforderung auch vor Ihnen liegt: Vertrauen Sie auf Fiat Professional.

BE CHUCK OR BE PRO



PROFESSIONAL

PROFIS WIE SIE

¹ UPE des Herstellers i. H. v. 15.580,00 € abzgl. Fiat Professional- und Händler-Bonus i. H. v. 5.590,00 €, zzgl. MwSt. und Überführungskosten, für den Doblò Cargo Kastenwagen Basis 1.3 Multijet 59 kW (80 PS) (Version 263.11L1). Nachlass, keine Barauszahlung.

² 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. Gilt für die Modelle Fiat Ducato, Fiat Talento, Fiat Doblò Cargo und Fiat Fiorino.

³ 3 Jahre Fahrzeuggarantie und 1 Jahr 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. Gilt für den Fiat Fullback.

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.

Die Brot-und-Butter-TRANSPORTER

Die Transporter der Klasse bis 2,8 Tonnen Gesamtgewicht zählen zu den beliebtesten Modellen im Handwerk. Ganz neu ist der Ford Custom, der nach umfassendem Facelift die Konkurrenz herausfordert. Wir stellen die Fahrzeuge in einer Marktübersicht vor.

Autoren **Egbert Schwartz & Theo Gerstl**



FORD TRANSIT CUSTOM

Der Custom, mittleres Modell der Ford-Transit-Baureihe, geht mit einem außen wie innen umfassenden Facelift in das Jahr 2018. Das Cockpit wurde funktionaler gestaltet, bietet ein neues Instrumentenpanel, zahlreiche Ablagen und erweiterte Konnektivitätsoptionen. Dazu kommen ergonomischer angeordnete Bedienelemente, neu geformte Vordersitze sowie abriebfestere Innenraum-Materialien. Die Frontmaske wurde mit dem Trapez-Kühlergrill sowie schmaleren Scheinwerfern an die Optik der Pkw-Modelle angeglichen. Unverändert blieb der nutzwertige Bereich ab der B-Säule der Karosserie, die weiterhin in zwei Radständen und ebenso vielen Dachhöhen lieferbar ist. Neuzugang in der Palette der bekannten Zweiliter-TDCi-Dieselmotoren ist die ECONetic genannte Variante des 105-PS-Basisaggregates, die mit einem Verbrauch von 5,7 l/100 km sowie einem CO₂-Ausstoß von 148 g/km angegeben ist.

Die bisherigen Sicherheitsfeatures wie Seitenwind-Assistent, ESP mit Überrollschutz und Anhängerstabilisierung wurden um Innovationen wie einen Tote-Winkel-Assistenten mit Querverkehrswarner sowie einen intelligenten Geschwindigkeitsbegrenzer (optional) erweitert.

Motoren	77 kW/105 PS bis 125 kW/170 PS
L/B**/H	497 (534) cm/198,6 cm/197 bis 201 cm
Laderaumvolumen*	3.470 bis 8.290 l
Länge Ladefläche*	255,5 (292,2) cm
Nutzlast	555 bis 1.412 kg
Anhängelast gebr.	1.500 bis 2.500 kg
Durchschnittsverbrauch	5,7 bis 7,1 l/100 km
CO₂-Emissionen	148 bis 183 g/km
Grundpreis ohne MwSt.	25.660 Euro

Vergleicht man das Angebot der Transporter bis maximal 2,8 Tonnen Gesamtgewicht, dann wird schnell klar: Auch in dieser Fahrzeugklasse kommt man am Diesel kaum vorbei. Natürlich haben alle Motoren die Euro-6-Norm, wer aber aus Sorge vor möglichen Diesel-Fahrverboten nach Alternativen sucht, wird kaum fündig. Das zeigt die Marktübersicht von handwerk magazin eindeutig.

Volkswagen bietet für den Transporter T6 auch einen Benzinmotor an (siehe Tabelle auf dieser Seite). Eine Elektrovariante des Mercedes-Benz Vito, der eVito Series One soll ab der zweiten Jahreshälfte 2018 lieferbar sein, immerhin zu einem Preis von 40.000 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer. Für die ersten 1.000 Fahrzeuge gibt es eine Wallbox, also eine Ladestation gratis obendrauf.

Erdgasantriebe finden sich in dieser Gewichtsklasse ebenfalls nicht, Fiat und Volkswagen bieten nur kleinere oder größere Modelle an.

reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de



Fiat Talento, mit großem Laderaum.

FIAT TALENTO / OPEL VIVARO / NISSAN NV 300 / RENAULT TRAFIC

Mit dem Talento lancierte Fiat Professional im Sommer 2016 den Nachfolger des einst mit dem PSA-Konzern gemeinsam produzierten Scudo. Der Talento war aber ebenfalls keine Eigenentwicklung, sondern das Ergebnis einer Kooperation – diesmal mit dem Renault/Nissan-Konzern. Dessen Zwillingsspaar Renault Trafic und Nissan NV 300 hat damit neben dem baugleichen Opel Vivaro im Fiat Talento ein viertes Schwestermodell.

Bis auf die Optik sind die Vierlinge identisch: So ist der Laderaum mit einer Kapazität von bis zu vier Kubikmetern der größte seiner Klasse. Das Quartett setzt auf Variantenvielfalt und ist in zwei Karosserielängen (4.998 oder 5.398 mm) sowie zwei Höhen lieferbar. Unter der Haube kommen Vierzylinder-Turbodiesel mit 95 bis 145 PS Höchstleistung zum Einsatz, die mit AdBlue-Technologie ausgestattet sind.



Renault Trafic, baugleich mit Nissan NV 300.

Motoren	70 kW/95 PS bis 107 kW/ 145 PS
L*/B/H*	499,8 (539,8) cm/195,6 cm/197,1 bis 249,5 cm
Laderaumvolumen*	bis 7.200 (4.000 bis 8.600) l
Länge Ladefläche*	45,2 bis 254 cm (85,2 bis 294 cm)
Nutzlast	914 bis 1.200 kg
Anhängelast gebr.	2.000 kg
Durchschnittsverbrauch	5,6 bis 6,9 l/100 km
CO₂-Emissionen	145 bis 178 g/km
Grundpreis ohne MwSt.	Ab 23.330 / 24.950 / 23.990 / 23.430 Euro

VW TRANSPORTER T6

Der Bestseller von Volkswagen Nutzfahrzeuge steht derzeit in der sechsten Generation bei den Händlern. Da das Chassis im Wesentlichen dem des Vorgängers entspricht, sind auch die Abmessungen nahezu identisch, was den Anbietern der gängigen Laderaum-Ausbauten und -Einrichtungen die Adaption ihrer Konzepte vom T5 erleichterte. Das Cockpit des T6 hat das VW-typische, aufgeräumte und funktionale Design, die Sitzergonomie ist stadt- wie langstreckentauglich. Hinter dem breiten Kühlergrill arbeiten Zweiliter-Vierzylinder. Sie sind wahlweise als Diesel oder Benzin erhältlich.

Die verbrauchs- und emissionsarmen Common-Rail-Turbodiesel sind mit AdBlue-Einspritzung und SCR-Kat (selektive katalytische Reduktion) zur Stickoxid-Abgasnachbehandlung ausgestattet. Umfangreich ist das Angebot an Assistenzsystemen, das unter anderem auch eine automatische Abstandsregelung (ACC) oder die Multikollisionsbremse umfasst.

Motoren	Diesel: 62 kW/84 PS bis 150 kW/204 PS Benziner: 110 kW/150 PS bis 150 kW/204 PS
L*/B**/H	506 (541) cm/190 cm/199 (248) cm
Laderaumvolumen*	3.500 l (9.300 l)
Länge Ladefläche*	bis 257 cm (bis 297 cm)
Nutzlast	447 bis 1.403 kg
Anhängelast gebr.	1.800 bis 2.500 kg
Durchschnittsverbrauch	Diesel: 5,8 bis 7,3 l/100 km Benziner: 8,9 bis 9,6 l/100 km
CO₂-Emissionen	Diesel: 153 bis 196 g/km Benziner: 203 bis 225 g/km
Grundpreis ohne MwSt.	24.230 Euro





Peugeot Expert, jetzt in der dritten Generation.

PEUGEOT EXPERT / CITROEN JUMPY / TOYOTA PROACE

Das französisch-japanische Trio begrüßt das Modelljahr 2018 in unveränderter Konfiguration. Kein Wunder: Die aktuelle dritte Generation der PSA-Varianten, zusammen mit der nunmehr zweiten Generation des Toyota von beiden Konzernen gemeinsam entwickelt, wird erst seit 2016 produziert. Die im französischen Werk Valenciennes gefertigte Transporter-Baureihe ist damit technisch auf dem neuesten Stand. Der optische Unterschied der Drillinge hält sich in den markencharakteristischen Grenzen und manifestiert sich vor allem in der unterschiedlich gestylten Front. Die Technik sowie die äußeren und inneren Abmessungen präsentieren sich mit identischen Daten.

Alle drei Kastenwagen werden mit zwei Radständen in drei Karosserielängen und zwei unterschiedlichen Höhen angeboten, daneben gibt es eine Pritschenausführung sowie eine Kleinbus-Version. Hinter der jeweils eigenständig wirkenden Kühlermaske der Fronttriebler arbeiten Vierzylinder-Turbodiesel mit 1,6- und 2,0-Liter Hubraum. Das Schaltgetriebe ist in der Basisversion mit fünf, ansonsten mit sechs Gängen ausgestattet, das leistungsstärkste Triebwerk wird mit einer 6-Stufen-Automatik kombiniert.

HYUNDAI H1

Der H-1 Cargo genannte Kastenwagen des südkoreanischen Herstellers ist zum einen als Dreisitzer mit einem gut fünf Kubikmeter großen Laderaum wie auch als Team-Transporter mit einer zweiten Sitzreihe zu haben. Serienmäßig sind zwei seitliche Schiebetüren an Bord, die beim Sechssitzer im oberen Bereich verglast sind. Der Laderaum ist heckseitig über eine hochschwingende Klappe oder eine doppelflügelige Tür zugänglich. Er ist mit einer Metallwand inklusive breitem Sichtfenster vom Fahrgastraum getrennt. Je nach Sitzkonstellation bietet das Transporterteil eine Länge zwischen 2,38 (3-Sitzer) und 1,59 (6-Sitzer) Meter beziehungsweise üppige 3.440 (6-Sitzer) bis 5.194 Liter Kapazität.

Serienmäßig verfügt der H-1 Cargo über ein Paket aktiver und passiver Sicherheitselemente: Airbags für Fahrer und Beifahrer, höhenverstellbare Automatikgurte mit Gurtstraffer und Gurtkraftbegrenzer für den Fahrer- und den Beifahrersitz sowie höhenverstellbare

Motoren	70 kW/95 PS bis 130 kW/177 PS
L*/B*/H*	461 (496 bis 531) cm/192 cm/187,7 bis 195 cm
Laderaumvolumen*	5.100 (5.800 bis 6.600) l
Länge Ladefläche*	135 bis 332,4 (170 bis 402,6) cm
Nutzlast	787 bis 2.500 kg
Anhängelast gebr.	2.500 kg
Durchschnittsverbrauch	5,0 bis 6,2 l/100 km
CO₂-Emissionen	133 bis 163 g/km
Grundpreis ohne MWSt.	Ab 22.990 / 22.990 / 20.900 Euro



Hyundai H1, mit üppiger Ausstattung.

Kopfstützen außen zählen ebenso dazu wie das elektronische Stabilitätsprogramm ESP inklusive Traktionskontrolle und Überschlagschutz

Für die Kostenkalkulation von Handwerksbetrieben interessant ist vor allem die Dreijahres-Garantie, die Hyundai auf das gesamte Fahrzeug gibt und die ohne Kilometerbegrenzung gilt.

Motoren	85 kW/116 PS bis 125 kW/170 PS
L*/B*/H*	515 cm/192 cm/192,5 cm
Laderaumvolumen*	851 bis 5.190 l
Länge Ladefläche*	158,5 bis 237,5 cm
Nutzlast	981 bis 1.130 kg
Anhängelast gebr.	1.500 bis 2.300 kg
Durchschnittsverbrauch	7,5 bis 8,7 l/100 km
CO₂-Emissionen	199 bis 231 g/km
Grundpreis ohne MWSt.	24.050 Euro



MERCEDES-BENZ VITO

Der Vito ist in seiner aktuellen, dritten Modellgeneration seit Oktober 2014 auf dem Markt. Er war seinerzeit das erste Fahrzeug dieser Klasse mit wahlweise Hinterrad-, Allrad- und Vorderradantrieb und ist es bis heute geblieben. In den Varianten mit Vorderradantrieb arbeitet ein kompakter, quer eingebauter Vierzylinder mit 1,6 Liter Hubraum, während die Ausführung mit Hinterrad- beziehungsweise Allradantrieb von einem 2,15-Liter-Triebwerk befeuert wird.

Alle Motoren sind Turbodiesel mit Common-Rail-Direkteinspritzung und der für die Erfüllung der Euro-6-Abgasnorm obligatorischen AdBlue-Technologie, die bei Mercedes unter dem Kürzel „BlueTEC“ läuft. Die Karosserie ist in drei Längenversionen mit 4.895 mm, 5.140 mm beziehungsweise 5.370 mm verfügbar. Der Laderaum erstreckt sich damit zwischen 2.433 mm und 2.908 mm, eine „Unterladefähigkeit“ an den Vordersitzen erweitert die Kapazität um zusätzliche 153 mm.

Motoren	65 kW/88 PS bis 140 kW/190 PS
L*/B*/H*	490 bis 514 (537) cm/193 cm/188 bis 193 cm
Laderaumvolumen*	580 bis 6.000 l (139 bis 6.600 l)
Länge Ladefläche*	241 bis 258,6 (288 bis 306) cm
Nutzlast	829 bis 1.374 kg
Anhängelast gebr.	1.200 bis 2.500 kg
Durchschnittsverbrauch	5,8 bis 6,6 l/100 km
CO₂-Emissionen	153 bis 174 g/km
Grundpreis ohne MWSt. (Sondermodell)	18.490 Euro



Noch mehr Transporter

Marktübersichten zu Transportern in anderen Gewichtsklassen finden Sie auf:

www.handwerk-magazin.de/transporter

NEWSLETTER ABONNIEREN UND GEWINNEN!

**JETZT
GRATIS
ABONNIEREN!**



Tipps & Lösungshilfen für Ihren unternehmerischen Erfolg - Woche für Woche!

handwerk magazin versorgt Sie mit wirtschaftlichen Tipps und Lösungshilfen für Ihr Unternehmen. Mit Mustervorlagen, Checklisten, Rechnern u.v.m. bringen wir Sie mit unserem „Unternehmertipp“ einmal wöchentlich auf den neusten Stand.

Zusätzlich gibt es jede Woche den „Unternehmertipp spezial“, der sich schwerpunktmäßig immer mit einem relevanten Thema für Unternehmer beschäftigt: von Finanzierung über Ausstattung und Software bis hin zu Arbeitsschutz und Gesundheit.

**SCHNELL SEIN UND
OUTDOOR
SMARTPHONE
GEWINNEN!**

UNTER DEN ERSTEN 100 NEU-ABONNENTEN VERLOSEN WIR EIN CAT S60 OUTDOOR SMARTPHONE MIT WÄRMEBILDKAMERA

Display aus 1mm starken Corning® Gorilla® Glass 4
13 Megapixel Kamera, auch für Unterwasserbilder
Wasserdicht bis zu 5m Tiefe
Sturzsicher bis zu 1.80m Fallhöhe,
Betriebstemperatur von -25 °C bis 55 °C
Integrierte FLIR-Wärmebildkamera



www.handwerk-magazin.de/newsletter

MELDUNGEN

DER ABONNENT DES MONATS

Großer Fan von Tipps auf PAPIER

Bis zum Herbst muss Ingolf Kraft sein Lager voll haben, denn schon Wochen vor der Adventszeit gehen die ersten Bestellungen für seine handgefertigten Papiersterne ein. Buchbindearbeiten machen nur noch einen kleinen Teil aus in der vor 151 Jahren gegründeten Buchbinderei Kraft in Annaberg-Buchholz. Das Hauptprodukt ist der von innen beleuchtete Annaberger Faltstern. Ein in Vergessenheit geratenes Patent, das Ingolf Kraft mit seinem Vater nach der Wende auf Kundenwunsch wiederbelebt hat. „Seitdem ging es immer bergauf“, sagt der 47-Jährige. Mit sechs Mitarbeitern stellt er über 40 Modelle her, auch Weihnachtslaternen und Erzgebirgische Fenstersterne. „Zum Jahresende sind wir oft ausverkauft.“ Als Buchbinder gefällt ihm, dass es handwerk magazin noch in Papierform gibt. Seit 1991 hat er es abonniert, einige Jahrgänge stehen sogar zusammengebunden im Regal – eine erste Übungsaufgabe des Azubis.

Petra Nickisch-Kohnke



Ingolf Kraft,
Buchbindermeister
in Annaberg-
Buchholz.



Zur Übergabe anstehende Unternehmen nach Bundesländern
2018 bis 2022 (je 1000 Unternehmen)

Bremen	50
Hamburg	47
Niedersachsen	46
Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen, Saarland	44
Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein	43
Hessen, Sachsen-Anhalt	42
Bayern, Rheinland-Pfalz	41
Berlin, Sachsen, Thüringen,	38
Brandenburg	36

Quelle: IfM Bonn 2018

NACHFOLGE IN FAMILIENBETRIEBEN

STADTSTAATEN an der Spitze

In den Familienbetrieben mit Sitz in Bremen, Hamburg und Niedersachsen wird sich in den nächsten fünf Jahren am häufigsten die Frage nach einem Nachfolger stellen. Zu diesem Ergebnis kam eine aktuelle Schätzung des Bonner „Instituts für Mittelstandsforschung“ (IfM). Danach stehen im gesamten Bundesgebiet zwischen 2018 und 2022 rund 150.000 Unternehmen zur Übergabe an. Das sind deutlich weniger als in den Statistiken von Behörden oder Banken, wie IfM-Chefin Rosemarie Kay betont: „Im Gegensatz zu den Hochrechnungen anderer Institutionen berücksichtigen wir nur die Unter-

nehmen, bei denen aufgrund des Mindestertragswerts eine Übergabe ökonomisch sinnvoll ist.“ Vorrangig suchen Unternehmer ihren Nachfolger weiterhin in der eigenen Familie (53 Prozent), eine unternehmensexterne Lösung wählen 29 Prozent und die Übergabe an einen Mitarbeiter weitere 18 Prozent. Gleichwohl warnt die Wissenschaftlerin davor, allein auf eine familieninterne Lösung zu setzen: „Wir beobachten seit geraumer Zeit, dass Familienangehörige immer öfters nicht gewillt oder fähig sind, die Unternehmensverantwortung zu übernehmen.“ **me**

BUCHTIPP

Schöne neue LÖSUNGEN

Keynote-Speaker, Experte und handwerk-magazin-Autor Jörg Mosler bringt in seinem neuen Buch zu Fachkräftegewinnung und Mitarbeiterbindung erstmals die alte und neue Welt zusammen: Er zeigt, wie sich Suche und Bindung von Mitarbeitern verändert hat. Auf 250 Seiten wird analysiert, welche klassischen Instrumente noch greifen, welche neuen, meist digitalen Instrumente hinzugekommen sind, und wie man sie erfolgreich einsetzt. Sein Kerngedanke: Der Betrieb der Zukunft stellt sich und die Vorteile, die er künftigen Mitarbeitern bietet, multimedial auf Website und Social-Media dar und versucht damit Interessenten für seine Welt zu begeistern. Doch das alles nützt nichts, so Mosler, wenn der Unternehmer selbst nicht für sein Gewerk brennt. *Print-Ausgabe 24,99 €, Hörbuch 14,99 €, E-Book 9,99 € bei www.joerg-mosler.de* **od**



DIGITALE Unterstützung gewünscht

Erst im Laden shoppen und später dann online bestellen, was nicht vorrätig war oder vergessen wurde. Die neue Welt des Einkaufens ist laut Umfrage des Digitalverbands Bitkom ein Mix aus den Vorteilen von analogem und stationärem Handel. Verbraucher wollen sowohl online als auch offline einkaufen und dabei die Vorzüge des Einkaufens im Geschäft mit den Bequemlichkeiten des Online-Shoppings verbinden. Befragt nach ihren Wünschen beim Einkaufen im Geschäft, steht die Lieferung



Kunden wollen auch im Ladengeschäft digitale Anwendungen.

von im Laden gekaufter Ware direkt nach Hause ganz oben. 46 Prozent aller Befragten antworten, dass sie sich diesen Service wünschen würden. Ebenfalls weit oben auf der Prioritätenliste steht WLAN im Geschäft beziehungsweise im Shoppingcenter. Gut vier von zehn Befragten (43 Prozent) ist dieser Service wichtig. Bei den 14- bis 29-Jährigen sind es sogar 58 Prozent. Schon die Information im Internet, ob ein Artikel im Ladengeschäft verfügbar ist, wäre für viele Kunden ein starker Besuchsimpuls. Mehr als jeder Dritte (35 Prozent) wünscht sich Echtzeit-Informationen auf dem Smartphone über die Produktverfügbarkeit im Ladengeschäft. **me**

42,02

Euro kostet eine Arbeitsstunde durchschnittlich in Deutschland. Laut Analyse des Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln belegen wir damit international Rang 6, am teuersten ist die Schweiz mit 53,51 Euro.

NEUE STUDIEN UND UMFRAGEN

Mangelhafte VORSORGE



ALTERSSICHERUNG Die Ziele der Handwerkerpflichtversicherung werden laut Umfrage des „Instituts für Mittelstand und Handwerk“ der Uni Göttingen nicht mehr erreicht. Besonders Soloselbstständige und Inhaber kleiner Betriebe sind mit ihren Bezügen im Alter unzufrieden. www.ifh.wiwi.uni-goettingen.de



DIGITALKOMPETENZ Trotz großer Aufgeschlossenheit der mittelständischen Unternehmen mangelt es dort noch immer an Fachpersonal und Digital-Know-how. Laut Umfrage des Bundesverbands mittelständische Wirtschaft fehlt oft das Wissen, Projekte erfolgreich zu Ende zu bringen. www.bvmw.de



MITARBEITERFÜHRUNG Jedes zweite Unternehmen hat bei einer Forsa-Umfrage im Auftrag des Beratungsunternehmens Penning Consulting angegeben, dass die Mitarbeiter Fehler als Lernerfahrungen nutzen dürfen, ohne mit Schuldzuweisungen rechnen zu müssen. www.penning-consulting.com



A.T.U.
Die Nr.1 Meisterwerkstatt

Die ehrliche Wartungspauschale nach Herstellervorgaben

A.T.U. bietet den Flottenkunden Transparenz, Effizienz und Preiswürdigkeit durch die Wartungspauschale. Durch definierte Laufzeiten und Laufleistungen verbessert sich die Kalkulierbarkeit der Fuhrparkkosten. Neben diesen transparenten monatlichen Fixkosten profitieren Fuhrparkleiter auch durch ein sofort realisierbares, erhebliches Einsparpotential.

Wartungspauschale pro Monat¹ z.B. Audi A4 2.0 TDI

Inspektion und Wartung
nach Herstellervorgaben



Prüfung nach den
Unfallverhütungsvorschriften (UVV)



Verschleißbedingte Reparaturen



€ 16.50

Jetzt informieren unter
0180-6 27 27 28 981²

(1) Vertragslaufzeit: 36 Monate/Gesamtleistung 60.000 km. Gilt für Fahrzeuge nicht älter als 6 Monate. Preis zzgl. MwSt. Rate enthält folgende Leistungen: Inspektion nach Herstellervorgaben, alle verschleißbedingten Wartungsarbeiten inkl. Material/Öl, welches A.T.U. im Sortiment führt, HU/AU (Gilt nur für PKW bis 3,5 t, gilt nicht für vertiefte Prüfung gem. § 29 Abs. 1 StVZO i.V.m. Anlage VIII Nr. 2.2. Durchführung der Hauptuntersuchung durch eine amtlich anerkannte Prüf-Organisation. Durchführung der Abgasuntersuchung durch A.T.U.). DGVU Vorschrift 70 Prüfung und europaweite Mobilitätsgarantie. Nähere Informationen erhalten sie von Ihrem Ansprechpartner bei A.T.U. Alle Angebote erfolgen für die A.T.U. Auto-Teile-Ünger GmbH & Co. KG, Dr.-Kilian-Str. 11, 92637 Weiden und gelten für alle deutschen A.T.U.-Filialen, ausgenommen sind die Filialen in 52070 Aachen, Hubert-Wiener-Str. 30, und 52078 Aachen, Debyestr. 35. Angebot gilt für Gewerbekunden von A.T.U. Flottenmanagement. (2) 0,20 € / Anruf aus dem dt. Festnetz, max. 0,60 € / Anruf aus den dt. Mobilfunknetzen.

Die neuen **FÖRDERGELDER** im Überblick



Volle Fördertöpfe: Unternehmer können so Expansion, Modernisierung, Nachfolge und die Qualifikation ihrer Mitarbeiter günstig finanzieren.

Planen Sie 2018 Investitionen für Ihr Unternehmen oder bereiten Sie die Finanzierung für die Betriebsübergabe vor? **Bund und Länder greifen Handwerkern hier mit attraktiven Förderprogrammen unter die Arme. Was die Fördertöpfe Handwerkern 2018 bieten.**

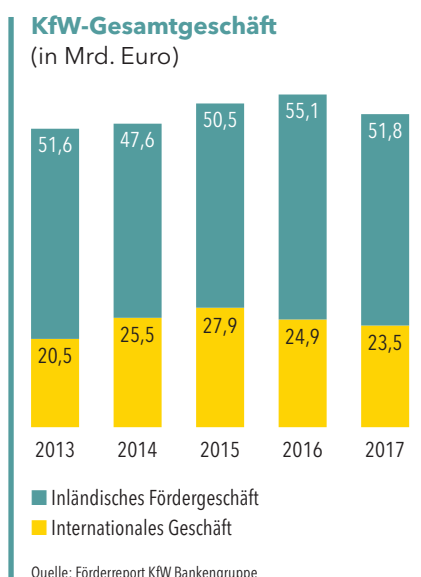
Autorin **Cornelia Hefer**

D

Die Zeiten für Investitionen sind gut: Die Zinsen bewegen sich immer noch auf einem historisch niedrigen Niveau, und das Finanzierungsklima bleibt 2018 für Unternehmer günstig. Trotz der guten Voraussetzungen am Kapitalmarkt bieten Fördergelder Handwerksunternehmern zusätzliche Vorteile: Während der gesamten Laufzeit arbeiten die Betriebe durch die langfristige Zinsbindung mit einem festen Zinssatz. Die Kosten für die jeweilige Investition bleiben somit für das Unternehmen überschaubar, und das bringt Planungssicherheit während der gesamten Investitionsphase.

Handwerksunternehmer profitieren jetzt von den zahlreich ausgestalteten Förderprogrammen. Auch 2018 stellen Bund und Länder wieder staatlich geförderte Kredite für Investitionen in Expansion oder Modernisierung, Sanierungen, Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz, Nachfolge, Entwicklung und Mitarbeiterqualifikation bereit.

Allein die KfW Bankengruppe vergab 2017 Fördergelder an Unternehmer in Höhe von 21,9 Milliarden Euro (Vorjahr: 21,4 Milliarden Euro). Das Ergebnis spiegelt vor allem „die hohe Nachfrage nach Investitionskrediten in den Bereichen betriebliche Energieeffizienz, Digitalisie-



rung und Innovation wider“, so die KfW in ihrem aktuellen Förderreport. Während sich die Förderschwerpunkte „allgemeine Unternehmens- und Gründungsfinanzierung“ mit Zusagen in Höhe von sechs Milliarden Euro auf Vorjahresniveau bewegten, erzielte die Innovationsfinanzierung im vergangenen Jahr „ein sehr starkes Ergebnis und lag mit Zusagen von zwei Milliarden Euro deutlich über dem Vorjahr“ mit gerade mal 0,6 Milliarden Euro. Hintergrund: Im Juli 2017 erweiterte die KfW dieses Förderfeld um den Schwerpunkt Digitalisierung und startete dazu das neue ERP-Innovations- und Digitalisierungsprogramm,

das gerade mittelständische Unternehmen bei Investitionen noch besser unterstützen soll (siehe handwerk magazin 08/2017, Seite 42).

Neben der allgemeinen Unternehmensfinanzierung setzen Bund und Länder weiter ihren Fokus auf den Bereich „Umwelt“. In den Förderprogrammen für Energieeffizienzvorhaben für gewerbliche Unternehmen übertraf die KfW mit Zusagen von 5,7 Milliarden Euro das starke Vorjahr (2016: 5,2 Milliarden Euro). Das Förderinstitut des Bundes stärkte diesen Bereich 2017 durch die Einführung eines Zuschussprogramms für die Förderung von Anlagen zur Abwärmevermeidung und -nutzung. Die Zusagen im Programm „Erneuerbare Energien“ waren 2017 dagegen rückläufig.

ENERGIEEFFIZIENZ IM TREND

Neben steigendem Interesse für Energieeffizienzvorhaben und Digitalisierungsprojekte identifizierten die deutschen Förderinstitute wie KfW, die Landesförderbanken und die Bürgschaftsbanken seit 2016 einen klaren Trend: Die Nachfrage nach Nachfolgefinanzierungen steigt und überholte längst die klassische Starthilfe für Existenzgründer. Die KfW verzeichnete bereits im vergangenen Jahr 40 Prozent der Zusagen in den Gründungsprogrammen für Nachfolgen. Bei den regionalen Instituten der Bundesländer wie den Bürgschaftsbanken liegen die Nachfolgefinanzierungen bereits weit vor den Gründungsfinanzierungen. Dies untermauert beispielsweise die Auswer- ➤

Marktüberblick 2018 Die besten Fördergelder für Handwerker

Für geplante Investitionen, Modernisierungen oder Erweiterungen stehen Unternehmern aus dem Handwerk zahlreiche Angebote der KfW und der

Landesförderinstitute zur Auswahl. Die wichtigsten Programme 2018 für Handwerker im Überblick.

PROGRAMM	FÖRDERUNG	WIE WIRD GEFÖRDERT?	WER WIRD GEFÖRDERT?	ANTRAGSTELLUNG
FÖRDERUNG UNTERNEHMERISCHEN KNOW-HOWS	Beratung zu finanziellen, personellen, organisator. Fragen	Zuschuss von 50 – 80 % (je nach Region) auf die Beraterkosten von max. 4.000 Euro.	KMU ¹ : Junge Firmen und Bestandsunternehmen	Online über das Antragsformular der BAFA ²
KfW-UNTERNEHMERKREDIT	Investitionen und Betriebsmittel	Bis 25 Mio. Euro Investitions- und Betriebsmittelkredit, Effektivzins ab 1 %, Mindestlaufzeit 2 Jahre	Unternehmen, die seit 5 Jahren am Markt bestehen	1. Bankunterlagen vorbereiten ³ 2. Antrag über Hausbank an KfW stellen
KfW: ERP⁴-DIGITALISIERUNGS- UND INNOVATIONSKREDIT	Investitionen, Betriebsmittel, Digitalisierung	Bis zu 25 Mio. Euro für Investitionen und Betriebsmittel, Effektivzins ab 1,10 %, Laufzeit bis 10 Jahre	Innovative mittelständische Unternehmen, die seit mind. 2 Jahren bestehen	1. Bankunterlagen vorbereiten ³ 2. Antrag über Hausbank an KfW stellen
KfW-ENERGIEEFFIZIENZPROGRAMM 292/293	Maßnahmen, die mind. 10 % Energie sparen (Produktionsanlagen, -prozesse)	Bis 25 Mio. Euro pro Vorhaben im In- und Ausland; Effektivzins ab 1 %	Unternehmen, die mehrheitlich im Privatbesitz sind; Contracting-Geber	1. Bankunterlagen vorbereiten ³ 2. Antrag über Hausbank an KfW stellen
LANDESFÖRDERBANK BUNDESLAND	Gründung, Investitionen, Nachfolge, Betriebsmittel, Energieeffizienz	Günstige Kredite für Gründer, Nachfolger, Unternehmen; Programme und Konditionen je nach Bundesland	Gründer, KMU, Nachfolger mit Hauptsitz im jeweiligen Land	1. Bankunterlagen vorbereiten ³ 2. Antrag über Hausbank an Landesförderbank stellen
BÜRGSCHAFTEN	Zugang zu Krediten trotz fehlender Sicherheiten	Institute bürgen für bis zu 80 % vom Darlehen, Gebühren, Provision: 1,0 – 1,5 % des Kredits	Einzelgründer, Nachfolger, KMU ¹ ohne eigene Sicherheiten	1. Bankunterlagen vorbereiten ³ 2. Antrag über Hausbank stellen

1) KMU: kleinere und mittlere Unternehmen; 2) BAFA: Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle, bafa.de; 3) professionelle Beratung, zum Beispiel durch die regionalen Handwerkskammern, dringend empfohlen;

4) ERP: Enterprise-Resource-Planning (Unternehmensressourcen-Planung). Stand: Februar 2018; Quelle: eigene Recherchen

tung der Bürgschaftsbank Hessen: Dort verlagert sich das Engagement der Bürgschaftsbank immer mehr hin zur Begleitung von Betriebsübernahmen. Während sich in früheren Jahren der Anteil zwischen Übernahmen und Neugründungen in etwa die Waage hielt, entfallen mittlerweile rund 80 Prozent auf Nachfolgen.

NACHFOLGE LEGT ZU

Klar ist: Dieser Trend wird künftig zunehmen. Nach Analysen von KfW-Research suchen bereits 236.000 Firmen bis Ende 2019 einen Nachfolger, bis 2022 noch einmal 275.000 Unternehmen. Und das Nachfolgethema wirkt sich deutlich auf die Investitionsbereitschaft der Unternehmer aus. „Ist die Nachfolge unklar, bleiben Investitionen aus. Umgekehrt stärkt eine geklärte Nachfolgefrage die Investitionsbereitschaft – auch bei einem hohen Alter des Inhabers“, unterstreicht KfW-Research in ihrem aktuellen Fazit. „Wenn die Nachfolge gesichert ist, dann löst das ein durchschnittliches Investiti-

KfW-Förderung 2017 nach Programmen (in Mrd. Euro)

Die KfW-Zusagen für Unternehmen betragen 2017 knapp 22 Milliarden Euro.

Umwelt und Energieeffizienz

10.196

Gründung und Unternehmensfinanzierung

9.742

Innovation

1.961

Gesamt

21,9

Quelle: Förderreport KfW Bankengruppe

onsplus von 40 Prozent im Unternehmen aus“, so die Analysten.

Gerade weil die deutschen Förderinstitute die Brisanz erkannt haben, stehen 2018 wieder volle Fördertöpfe vom Bund und den Ländern für Nachfolgefinanzie-

rungen bereit (siehe Tabelle). Erste Anlaufstelle für eine geplante Nachfolge sind die regionalen Handwerkskammern.

Die Betriebsberater der Kammern kennen die Anforderungen der verschiedenen Gewerke aus dem Handwerk und ermitteln gemeinsam mit dem Seniorchef und dem Nachfolger die passenden Förderprogramme. Sie prüfen dann auch die notwendigen Sicherheiten für den Förderkredit, stellen eine Kapitalberechnung auf und wägen ab, ob vielleicht die Kombination mit anderen Fördermitteln wie die Zusammenarbeit mit der regionalen Bürgschaftsbank Sinn für den Juniorunternehmer macht.

hm

cornelia.hefer@handwerk-magazin.de



Fördermittel für Unternehmer

Die wichtigsten Infos und Neuigkeiten zu Fördergeldern des Bundes und der Länder finden Sie hier: www.handwerk-magazin.de/foerdermittel

DREI LÖWEN, ZWEI JURY-SITZUNGEN, EIN PREIS. JETZT BEWERBEN!

→ Baden-Württemberg zeichnet Firmen aus, die Großes leisten – im wirtschaftlichen sowie im nachhaltigen und sozialen Bereich. Sie haben ein solches Unternehmen nach dem 01.01.2007 gegründet oder übernommen? Dann bewerben Sie sich jetzt für den höchstdotierten Unternehmerpreis in Baden-Württemberg, den Landespreis für junge Unternehmen. Teilnahmebedingungen unter www.landespreis-bewerben.de oder Telefon 0711 122-2111.

JETZT ONLINE BEWERBEN
ODER PER POST
BIS ZUM 23.03.2018

I



Aus Liebe zum Land

 **L-BANK**
Staatsbank für Baden-Württemberg



Elektrobetriebe: Hoher Bestand an offenen Forderungen 2017.

ZAHLUNGSINDIKATOR DEUTSCHLAND

FORDERUNGEN bleiben liegen

Deutsche Unternehmen sind bei der Zahlung ihrer Rechnungen nachlässiger geworden. Die durchschnittliche Verzugszeit von bereits überfälligen Rechnungen ist im 2. Halbjahr 2017 um 0,47 auf 10,58 Tage angestiegen. Kreditgeber mussten demnach länger auf ihr Geld warten. Diese Resultate ergaben sich aus dem Creditreform Debitorenregister Deutschland (DRD) auf Basis von 3,45 Mio. Rechnungsbelegen aus dem Zeitraum Juli bis Dezember 2017. Möglicherweise wird das betriebliche Forderungsmanagement im gegenwärtigen Auftragsboom weniger konsequent durchgesetzt, so dass auch dadurch Verzögerungen auftraten.

In der zweiten Hälfte 2017 bezahlten insbesondere Unternehmen aus dem Einzelhandel, dem Großhandel und der Verkehrs-

und Logistikbranche ihre Rechnungen deutlich später als zuletzt. Verbessert hat sich dagegen die Zahlungsweise des Baugewerbes. Dennoch weisen Rechnungen an Bauunternehmen überdurchschnittlich lange Zahlungsverzögerungen von noch 15,47 Tagen auf (1. Halbjahr 2017: 16,48 Tage). Zum Vergleich: Unternehmen aus der Chemiebranche zahlten im Durchschnitt 8,31 Tage später und Unternehmen aus dem Einzelhandel überschritten das vereinbarte Zahlungsziel um 10,31 Tage. Den größten Anteil am Bestand offener Verbindlichkeiten in Deutschland hatten im zweiten Halbjahr 2017 einmal mehr die Metall- und Elektrobetriebe (23,3 Prozent), gefolgt von den unternehmensnahen Dienstleistern (18,7 Prozent), ermittelte Creditreform.

coh

Finanzspiegel für Unternehmer

Firmendarlehen nach Bonität/Sicherheiten

Betriebsinvestitionen	von	1,75 %
	bis	3,99 %
Kontokorrent	von	7,99 %
	bis	9,50 %

Verzugszins - BGB, VOB

Verbraucher	4,12 %
Unternehmer	8,12 %

Baugeld¹ - Effektivzins²

	10 J.	15 J.
Degussa Bank	1,58 %	2,08 %
Deutsche Bank	1,64 %	2,18 %
Commerzbank	1,89 %	2,28 %

Festgeld³ - 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 %

Tagesgeld³

	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: 14.02.2018

6,9%

weniger Firmenpleiten
verzeichnete die Wirtschafts-
ankunft Bürgel 2017. Nur 20.276
Unternehmen meldeten demnach
Insolvenz an. Das ist der tiefste
Stand seit 1999.

ZAHLUNGSVERHALTEN

Nur BARES ist Wahres

Im Vergleich mit ihren europäischen Nachbarn sind die Deutschen Bargeldfans. Für eine komplette Abschaffung des Bargeldes spricht sich nur eine Minderheit von 13 Prozent aus, so eine aktuelle Studie des Marktforschungsinstituts Splendid Research. Auch eine Obergrenze für Barzahlungen würde nur von 18 Prozent der Bundesbürger akzeptiert.



Lebensmittel zahlen die Deutschen am liebsten bar.

Der Anteil der Personen, die am liebsten mit Bargeld zahlen, hat im Verhältnis zu 2016 sogar wieder zugenommen. Besonders Lebensmitteleinkäufe bezahlen die Deutschen lieber mit Münzen und Scheinen. In Produktkategorien wie Mode, Technik und Wohnen, bei denen oft höhere Beträge auf der Rechnung stehen, wird häufiger die Girocard, meistens noch als EC-Karte bekannt, präferiert.

coh

ANLEGERTIPP DES MONATS

Gitarren – berühmte Klampfen bringen Wertzuwächse

ANLASS

Sachwerte wie Oldtimer oder Uhren sind bei Anlegern beliebte Alternativen zu Aktien, Immobilien oder Niedrigzinsanlagen. Dabei sind langfristig stabile Wertzuwächse auch mit Musikinstrumenten möglich.

ANLAGE

Jimmy Page, Gründer und Gitarrist der Rockgruppe Led Zeppelin, hatte eine, Eric Clapton und Keith Richards von den Rolling Stones ebenfalls. Legendäre Songs wurden auf der Gitarre Les Paul des Instrumentenherstellers Gibson gespielt. Heute kostet eine gut erhaltene Gibson „Les Paul“ aus dem Jahr 1959 so viel wie ein Einfamilienhaus. Sammler legen gut und gerne 300.000 US-Dollar und mehr für ein Exemplar hin.

RAT

Entscheidend für den Wert einer historischen Gitarre ist, wer auf ihr gespielt hat. Wurde das Instrument von einem berühmten Musiker benutzt, steigen die Preise ins Astronomische. Eric Claptons schwarze Fender Stratocaster „Blackie“ wurde auf einer Auktion für 959.000 US-Dollar ersteigert. Die Stratocaster „Lenny“ des 1990 tödlich verunglückten Bluesmusikers Stevie



Uwe Singer,

Vermögensverwalter der KSW
Vermögensverwaltung in Nürnberg.
www.ksw-vermoegen.de

Ray Vaughn erzielte 623.000 US-Dollar. Darauf zu achten ist, dass sich die Instrumente im Originalzustand befinden und weder verbastelt noch verbaut sind. Ein Austausch der Mechanik oder der Tonabnehmer kann schon Grund genug sein, dass erhebliche Abzüge beim Preis in Kauf genommen werden müssen. Außerdem ist der Markt für die bevorzugten Modelle berühmter Gitarristen sehr klein. Soll ein begehrtes Objekt veräußert werden, wechselt es meist über professionelle Sammlernetzwerke die Besitzer. Vor dem Kauf sollte ein Spezialist oder ein spezialisiertes Fachgeschäft aufgesucht werden.

GELDANLAGE

Anleger sind genervt von NIEDRIGZINS

Die anhaltend niedrigen Zinsen wirken sich immer stärker auf das Anlageverhalten der Deutschen aus. 45 Prozent der Deutschen geben an, dass dieser Umstand den größten Einfluss auf ihre Anlageentscheidungen hat. Eine noch stärkere Auswirkung auf das Anlageverhalten hat nur die eigene finanzielle Situation mit 55 Prozent. Das sind zwei Ergebnisse einer repräsentativen Studie zum Anlageverhalten der Deutschen, die die Gothaer Asset Management AG (GoAM) von der forsa Politik- und Sozialforschung im Januar 2018 zum neunten Mal durchführen ließ. Die Auswirkungen von Negativrenditen zeigen sich auch bei der

Fonds werden in der Niedrigzinsphase bei Anlegern immer beliebter.

Wahl der Anlageformen. Seit Jahren sind Investitionen in klassische Instrumente wie Sparbücher oder Bausparverträge rückläufig. Anlageformen, die mehr Rendite erwarten lassen, erfreuen sich hingegen wieder steigender Beliebtheit. Jeder fünfte Deutsche investiert mittlerweile in Fonds, im Vorjahr waren es 17 Prozent.

coh

Von digital über international bis zu Personal.

Was auch immer Sie vorhaben: Wir beraten Sie.

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Unsere **Genossenschaftliche Beratung** ist die Finanzberatung, die erst zuhört und dann berät. Gemeinsam bringen wir Ihr Unternehmen voran. Lassen Sie sich von erfolgreichen Mittelständlern inspirieren: in unserer Webserie auf vr.de/mittelstand

Das dürfen Sie als Chef VERDIENEN

GmbH-Chefs sollten ihre Bezüge mit Bedacht festlegen – Stress mit dem Fiskus oder potenziellen Übernehmern der Firma ist sonst programmiert. So umgehen Sie Fallstricke und finden das richtige Maß.

Autorin **Eva Neuthinger** Fotograf **Jens Nieth**

J

Jutta Schmidt weiß sehr genau, was das Finanzamt von ihr als Geschäftsführerin einer GmbH erwartet. „Seit 24 Jahren firmieren wir in dieser Rechtsform. Wir haben mit unserem Steuerberater natürlich schon viele mögliche Konstellationen rund um unsere Bezüge durchgespielt und überlegt, welche Lösung für uns einerseits wirtschaftlich sinnvoll ist und andererseits mit den Vorgaben des Fiskus konform geht“, sagt die Chefin des Malerbetriebs Gerhard Schmidt GmbH in Duisburg. Bei der Höhe des Gehalts diskutiert sie daher gemeinsam mit ihrem Mann jedes Jahr, wie viel es sein darf. „Einmal haben sich unsere Gewinne in konjunkturell schwächeren Zeiten nach unten bewegt. Dann haben wir aus- ➤

BBE-Geschäftsführer-Gehältervergleich 2018 So viel verdienen GmbH-Chefs

Die jährliche Studie „GmbH-Geschäftsführer-Vergütungen“ von BBE media dokumentiert Einkünfte deutscher GmbH-Geschäftsführer nach Beschäftigtenzahl und Umsatzgröße unter Berücksichtigung von Festgehältern und

weiteren Zusatzleistungen wie Tantiemen, Pensionszusagen bis hin zum Dienstwagen. Finanzämter und Finanzgerichte ziehen die Erhebung im Zweifel als Referenzwerte heran. Hier die wichtigsten Zahlen fürs Handwerk:

Jahresfestgehalt (ohne Tantieme):
Was im Handwerk üblich ist

Nahrungs-/Genussmittel	136.090
Elektroinstallation	129.091
Gesundheit	123.311
Metall/Maschinen	122.751
Büroelektronik	115.695
Bauunternehmung	115.122
Druckerei	114.611
Dentallabor	109.492
Straßen-/Tiefbau	107.813
Baunebengewerbe	106.955
Tischler/Ladenbau	106.713
Dachdecker	106.143
Heizung/Sanitär/Klima	95.961
Sonstiges Handwerk	111.095
Durchschnitt Gesamthandwerk	113.737

Tantieme: So hoch fiel sie letztes Jahr im Handwerk aus

Dachdecker	34.815
Metall/Maschinen	33.100
Elektroinstallation	32.988
Büroelektronik	29.406
Bauunternehmung	26.912
Nahrungs-/Genussmittel	26.019
Straßen-/Tiefbau	25.423
Dentallabor	23.864
Gesundheit	22.243
Druckerei	20.109
Tischler/Ladenbau	20.049
Baunebengewerbe	20.031
Heizung/Sanitär/Klima	19.533
Sonstiges Handwerk	23.895
Durchschnitt Gesamthandwerk	25.720

Tantieme: So viel Prozent der Geschäftsführer haben sie vereinbart

Industrie	87,5%
Handwerk	78,4%
Großhandel	77,6%
Einzelhandel	76,7%
Dienstleister	74,6%
Durchschnitt alle Branchen	77,7%

Pensionszusage: So viele GmbH-Chefs profitieren davon

Großhandel	33,8%
Industrie	31,8%
Handwerk	26,6%
Dienstleister	21,2%
Einzelhandel	20,7%
Durchschnitt alle Branchen	25,4%

A woman with short grey hair, wearing a grey sweater and a yellow and blue patterned scarf, stands in a paint shop. She is holding a pair of glasses in her right hand. In the background, there are shelves filled with various paint cans and a red and white striped awning.

»Einmal haben sich unsere Gewinne nach unten bewegt. Dann haben wir ausnahmsweise ein deutlich niedrigeres Gehalt vereinbart.«

Jutta Schmidt, Geschäftsführerin des Malerbetriebs Gerhard Schmidt GmbH in Duisburg.

nahmsweise ein deutlich niedrigeres Gehalt vereinbart“, erinnert sich Schmidt. Dieser Schritt wurde gegenüber dem Finanzamt gut begründet und dann auch bei der Betriebsprüfung so akzeptiert.

SNHELL VERDACHT AUF VERDECKTE GEWINNAUSSCHÜTTUNG

Solche strategischen Entscheidungen bespricht die Führungsspitze des Malerbetriebs allerdings immer mit dem Steuerberater. Das ist wichtig: Das Finanzamt hat strenge Regeln aufgestellt, wie viel GmbH-Gesellschafter-Geschäftsführer verdienen dürfen. Wer sich nicht daran hält, muss mit hohen Nachzahlungen rechnen. „Die Betriebsprüfer gehen schnell von einer sogenannten verdeckten Gewinnausschüttung aus“, warnt Thilo Söhnngen, Steuerberater in Hagen und Vizepräsident des Steuerberaterverbandes Westfalen-Lippe. Er berät seine Mandanten aus dem Mittelstand regelmäßig zu steuerlichen Fragen rund um die GmbH-Gesellschafter-Bezüge.

Der Fiskus geht bei einer verdeckten Gewinnausschüttung davon aus, dass sich der Unternehmer als Gesellschafter-Geschäftsführer sehr viel aus der Firma genommen hat, um Steuern zu sparen. Das passiert immer dann, wenn der Gesellschafter mehr aus dem Betrieb zieht, als er wohl einem fremden angestellten Geschäftsführer gewähren würde. Der Hintergrund ist klar: Gesellschafter-Geschäftsführer, die nicht nur die Geschicke des Betriebes leiten, sondern zugleich auch Kapitalanteile besitzen, sind dennoch steuerrechtlich Angestellte der GmbH. Ihre Bezüge sind mithin als Betriebsausgaben abzugsfähig. Und je höher das Gehalt, umso größer ist auch der Spareffekt bei der Körperschaft- und bei der Gewerbesteuer. Um Kritik vonseiten der Finanzbeamten vorzubeugen, müssen GmbH-Chefs gute Argumente haben, falls sie mehr als andere verdienen wollen.

BBE MEDIA-GEHALTSUMFRAGE IST BEWERTUNGSGRUNDLAGE

Der Fiskus orientiert sich dabei an Gehaltsumfragen. Beispielsweise liefert BBE media dazu jährlich neue Ergebnisse. „Unsere Daten sind von der Finanzverwaltung anerkannt und werden häufig als Vergleichswerte bei Betriebsprüfungen herangezogen“, sagt Ute Schiefelbein, Expertin für die Bezüge von GmbH-Chefs bei der LPV GmbH in Neuwied. In die aktuelle Auswertung, die im Dezember 2017 veröf-

Checkliste Darauf sollten Sie bei der Gehaltsfestlegung achten

Der Fiskus akzeptiert bei Gehältern von GmbH-Chefs letztlich das, was auch ökonomisch vertretbar ist. Allerdings sind stets folgende Rahmendaten zu beachten:

 **Schwankungen vermeiden.** Der Handwerkschef sollte nicht ständig das Jahresgehalt ändern. Wenn die Schwankungen besonders stark nach oben oder nach unten variieren, zeigen sich die Fiskaldiener schnell misstrauisch. Also gut planen und möglichst ein stabiles Gehalt vereinbaren.

 **Extras zurückhaltend vereinbaren.** Ein angestellter Geschäftsführer würde beispielsweise Überstundenvergütungen wohl eher nicht noch zusätzlich zum guten Gehalt bekommen. Deshalb sollten Firmenchefs so etwas vermeiden. Sie führen garantiert zu einer verdeckten Gewinnausschüttung. Man muss wissen: Zumeist vergehen mehrere Jahre, bis der Betriebsprüfer kommt und solche teuren Fehler auffallen. Das Finanzamt kassiert sechs Prozent Zinsen auf die Nachzahlung, wenn mehr als 15 Monate nach

Ablauf des Steuerjahres vergangen sind! Bei allen Regelungen (auch zu Tantiemen oder Honoraren) ist daher besondere Aufmerksamkeit in der vertraglichen Gestaltung gefordert. Die Vereinbarungen sind schriftlich zu fixieren, müssen vorab vereinbart und eindeutig abgeschlossen sein. Es bedarf also eines Gesellschafterbeschlusses. Wichtig ist, dass die Vereinbarungen jeder Dritte logisch nachvollziehen kann.

 **Pensionszusagen akribisch prüfen.** Eine Pensionszusage darf frühestens zwei bis drei Jahre nach Dienstantritt erteilt werden. Wenn die Firma neu gegründet wurde, erst nach fünf Jahren. Der Chef darf maximal 75 Prozent seiner Aktivbezüge erhalten. Darüber hinaus sollte die Zusage alle paar Jahre überprüft werden, ob sie noch den Lebensumständen entspricht.



»Die Betriebsprüfer gehen schnell von einer sogenannten verdeckten Gewinnausschüttung aus.«

Thilo Söhnngen, Steuerberater in Hagen und Vizepräsident des Steuerberaterverbandes Westfalen-Lippe.

fentlicht wurde, gingen die Daten von 2.833 GmbH-Geschäftsführern ein. Damit gibt die Studie verlässliche Auskunft über die aktuellen Gehälter und Zusatzleistungen. Nicht nur das Finanzamt, sondern ebenso die Finanzgerichte ziehen die Zahlen der BBE-media-Erhebung im Zweifel als Referenzwerte heran.

Etwa jeder fünfte Handwerkschef erhielt im vergangenen Jahr demnach eine Gehaltserhöhung. „Im Durchschnitt lag diese bei immerhin 7,2 Prozent“, sagt Schiefelbein. Damit betrug das Jahresfestgehalt durchschnittlich 113.737 Euro. Das differiert aber abhängig von der jeweiligen Branche. Firmenchefs aus der Nahrungs- und Genussmittelbranche beispielsweise hatten 2017 im Schnitt 136.090 Euro in der Tasche, während Kollegen im Baunebengewerbe nur auf 106.955 Euro kamen (siehe BBE-Gehältervergleich 2018, Seite 62). Das bezieht sich allerdings immer auf den Durchschnitt. Wie viel Handwerkschefs im Einzelfall verdienen, hängt von der Betriebsgröße, vom Jahresumsatz und auch von der Mitarbeiterzahl sowie von der Umsatzrendite ab. Außerdem kommt es immer darauf an, wie viele Firmenchefs der jeweiligen Branche an der Umfrage beteiligt waren. Als Orientierung dienen die Werte für Handwerkschefs aber allemal. Selbst dann, wenn es nur wenige Teilnehmer gab. Die Finanzbeamten akzeptieren die Werte auf jeden Fall – oder mehr noch: Sie richten sich nach ihnen.

CHEFS SOLLTEN ALLE KRITERIEN FÜR ANGEMESSENE BEZÜGE IM BLICK HABEN

Wer beim Jahreslohn im Rahmen bleibt, erfüllt aber nur ein Kriterium von vielen für angemessene Bezüge. Auch der Vertrag muss insgesamt wie üblich abgeschlossen sein und dem Fremdvergleich standhalten. Die Finanzbeamten nehmen sich also jedes Detail vor. Tantiemen, die Altersversorgung und der Firmenwagen stehen mit auf dem Plan. Letzteren haben dabei 86,6 Prozent der Handwerksunternehmer. Im Durchschnitt liegt der Brutolistenpreis bei 67.042 Euro, wobei sich der Höchstwert bei der diesjährigen Umfrage sogar bei satten 250.000 Euro bewegt. Bevorzugt fahren Handwerksunternehmer einen BMW der 5er-Reihe, einen Audi A6 oder die E-Klasse von Mercedes.

Ähnlich viele Firmenchefs bekommen zusätzlich zum Jahresgehalt eine Tantieme. Im Handwerk sind es 78,4 Prozent der an der Umfrage beteiligten Geschäftsführer. Diese Zahlungen sind besonders bei Chefs von einem Dentallabor sowie im Dachdeckerhandwerk üblich – hier liegt der Anteil der Geschäftsführer mit Tantieme-Vereinbarung jeweils bei über 80 Prozent. Dagegen verfügen nur knapp 61,9 Prozent der Geschäftsführer einer Druckerei über eine Tantieme. Im Schnitt fließen im Handwerk so immerhin 25.720 Euro im Jahr in die Taschen der Unternehmer – wobei der Betrag weit hinter jenem der Industrie hinterhinkt. Hier kassiert die Führungsspitze eine Tantieme von 65.895 Euro per anno. Sogar der Einzelhandel genehmigt sich mit 29.365 Euro mehr als das Handwerk.

VORSICHT VOR PENSIONSUSAGEN

Interessant wird es beim Thema Altersvorsorge – also bei den Pensionszusagen oder eben bei einer Versicherungslösung, um den wohlverdienten Lebensabend zu genießen. Etwa jeder vierte GmbH-Chef im Handwerk profitiert von einer Pensionszusage. Allerdings dürften sich nicht alle darüber freuen. Eine solche Altersvorsorge beinhaltet hohe Risiken. Denn sie belastet die Bilanz der Firma. Ohne ausreichende Absicherung sind die Unternehmen aufgrund der hohen Lasten nahezu unverkäuflich. Doch selbst wer beispielsweise eine Versicherung als Rückdeckung abgeschlossen hat, kann ein Problem haben. Aufgrund der sinkenden Überschussbeteiligungen in den vergangenen Jahren stehen der vereinbarten Rentenhöhe in vielen Betrieben zu niedri-



»Pensionszusagen führen bei Unternehmensübertragungen oft zu Interessenkonflikten.«

Inka Limberg, Steuerberaterin der Kanzlei WWS in Mönchengladbach.

ge Gegenwerte in der Rückdeckung gegenüber. Das Alterssalär muss so am Ende doch zumindest teilweise aus den Erträgen der Firma gezahlt werden. „Pensionszusagen führen bei einer Unternehmensübertragung regelmäßig zum Interessenkonflikt. Ausscheidende Chefs wollen ihre Ansprüche auf Rente oder auch auf Hinterbliebenenversorgung wahren. Übernehmer hingegen scheuen es, Rückstellungen dafür zu bilden und spätere zusätzliche Zahlungen leisten zu müssen, wenn die Versorgungszusage nicht gut gedeckt ist“, kommentiert Inka Limberg, Steuerberaterin der Kanzlei WWS in Mönchengladbach. Ihr Tätigkeitsschwerpunkt liegt insgesamt in der steuerlichen Beratung sowie in der Erstellung von Jahresabschlüssen und Steuererklärungen für mittelständische Unternehmen. Fast alle Nachfolger wollen, dass die Firma am Ende ohne eine solche Pensionszusage übergeht. „Das ist aber schwierig. Im Regelfall gibt es keine ideale Lösung. Eine Kröte muss man häufig schlucken: höhere Kosten, eine Reduzierung der Zusage oder Steuerfolgen“, so Thilo Söhnngen. Zwei Modelle stehen im Grunde zur Wahl: Der Gesellschafter-Geschäftsführer kann auf seine Pensionsan-

sprüche verzichten und dafür eine Abfindung bekommen. Das führt aber nach einem aktuellen Urteil des Bundesfinanzhofs (AZ: VI R 4/16) in der Regel bei der Firma zu einer verdeckten Einlage und beim GmbH-Chef zu einem steuerpflichtigen Lohnzufluss. Dies gilt im Übrigen auch bereits bei einem reinen Verzicht ohne Abfindung. „Damit wird das Modell also teuer“, betont Söhnngen.

GMBH ÜBERNIMMT PENSIONSUSAGE

Die Alternative: Eine GmbH kann die Pensionszusage auf eine andere Firma gegen eine Ablöse-Zahlung auslagern. „Bisher gingen die Finanzämter davon aus, dass in solchen Fällen ein Lohnzufluss an den beherrschenden Gesellschafter-Geschäftsführer erfolgt – inklusive Lohnsteuerpflicht. Das sahen die Richter des Bundesfinanzhofs allerdings jüngst anders“, so Inka Limberg. Es handelt sich nur dann um steuerpflichtigen Lohn, wenn dem Gesellschafter-Geschäftsführer ein Wahlrecht eingeräumt wird, ob er sich eine Ablösesumme auszahlen lässt oder nicht. So steht es in einem aktuellen BMF-Schreiben (IV C 5 – S 2333/16/10002). Im Vorfeld einer geplanten Transaktion können Handwerkschefs also eine neue GmbH gründen. Diese übernimmt dann die Pensionszusage und erhält in der Regel im Gegenzug Ansprüche aus der Rückdeckungsversicherung. Ist das Geld aufgebraucht, wird die GmbH liquidiert. Häufig muss diese Gestaltung aber trotzdem mit einer Reduzierung der Zusage verknüpft werden. Denn oft ist die Pensionsrückstellung höher als das Vermögen der GmbH. Sonst liegt eine bilanzielle Überschuldung vor.

Jutta Schmidt waren die Risiken einer Pensionszusage damit zu hoch. Sie entschied sich nach einer langen Beratung mit dem Steuerberater dagegen. „Die Vorteile einer betrieblichen Altersvorsorge nutze ich dennoch aus. Ich habe eine Direktversicherung abgeschlossen“, sagt Schmidt. Ihre Beiträge bleiben steuer- und sozialversicherungsfrei. „So kommt unterm Strich ein gutes Plus heraus – für mich und die Firma.“ **hm**

ramon.kadel@handwerk-magazin.de



Mehr zum Thema Pensionen und Altersvorsorge

Pensionszusagen bergen durchaus Risiken. Eine Übersicht zu Alternativen finden Sie auf unserer Themenseite: www.handwerk-magazin.de/altersvorsorge



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 fünften Teil zeigen wir, wie Sie bei Ihrer Werbung das Markenrecht einhalten und keine geschützten Marken verletzen.

#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



WELTMEISTERLICH WERBEN oder rote Karte für Chefs?

Das Sport-Highlight 2018 ist die Fußballweltmeisterschaft in Russland. Wer als Handwerksunternehmer das Ereignis für seine Werbung nutzen will, muss aber aufpassen, keine fremden Markenrechte zu verletzen. Das müssen Sie beachten, damit Ihnen beispielsweise die FIFA nicht mit teuren Abmahnungen die rote Karte zeigt.

Autorin **Anna Rehfeldt**

Vergleich Zulässige vs. unzulässige Werbung

Ob eine Werbung mit der Fußballweltmeisterschaft in Russland markenrechtlich zulässig oder unzulässig ist, ist immer eine Frage des Einzelfalls.

ZULÄSSIGE WERBUNG

- # „Das Fußballfieber steigt und unsere Preise fallen: 10 % auf alles während der WM.“
- # „Bei uns sind russische Wochen: Während der Fußballweltmeisterschaft reduzieren wir die Preise für alle Produkte um 10 %.“
- # „Für jedes Tor der deutschen Mannschaft erhalten Kunden 1 % Rabatt auf unser gesamtes Sortiment.“
- # „Fan-Brot für 3,50 Euro.“
- # „10 % Fan-Rabatt auf alle Waren.“
- # „Weltmeister-Produkt.“
- # „Während der WM gibt es beim Kauf von 3 Brötchen eines gratis.“
- # Generelle Werbeaussagen: „Fußball in Russland.“
- # Dekorative Schaufenstergestaltung mit Fußballen, Toren, russischer Fahne, Fußball-Schaufensterpuppen. (Immer ohne offizielle FIFA-Symbole!)

Die folgenden Beispiele aus der Praxis sollen Ihnen dabei eine Orientierungshilfe bieten:

UNZULÄSSIGE WERBUNG

- # Verwendung von FIFA-Merchandisingprodukten zur Schaufenstergestaltung ohne Lizenz.
- # Nutzung des FIFA-Spielplans (urheberrechtlich geschützt). Die Gestaltung eines eigenen Spielplans ist aber zulässig.
- # Nutzung von geschützten Marken der FIFA als Teil eines Produktnamens, wie z. B. „World Cup-Brot.“
- # Werbung, durch die der unzutreffende Eindruck entsteht, man sei offizieller Sponsor oder sonstiger Partner der FIFA.
- # Verwechslungsgefahr mit offiziellen FIFA-Waren oder speziellen Weltmeisterschafts-Produkten (Merchandising-Produkte).
- # Werbung, die aussagt, dass die eigenen Waren mit denen der FIFA vergleichbar seien.
- # Nachahmungen von Produkten der FIFA und ihrer Sponsoren und sonstigen Partner.

Wer als Handwerksunternehmer sportliche Großereignisse wie die Olympischen Spiele oder die Fußballweltmeisterschaft für seine Werbung nutzen möchte, muss aufpassen: Die Verletzung fremder Markenrechte kann teuer werden. Damit die kommende Fußball-WM in Russland nicht zum Eigentor wird, erklären wir hier, welche geschützten Marken es gibt und was Sie bei deren Nutzung beachten müssen.

WELCHE MARKENARTEN GIBT ES?

Beim Markenschutz unterscheidet man im Wesentlichen zwischen Wortmarken; Bildmarken; Wort-/Bildmarken; 3D-Marken; Hörmarken und Farbmarken (siehe Definition, Seite 68). Auch Geruchsmarken können unter Umständen geschützt werden. Wer sich zum Beispiel seinen Werbespruch schützen lassen will, kann dies im Wege der Wortmarke tun, soll es dagegen das Logo sein, kann an eine Bildmarke gedacht werden. Eine Kombination aus beidem ist dann entsprechend eine geschützte Wort-/Bildmarke.

WIE LANGE BESTEHT MARKENSCHUTZ?

Die eingetragene Marke gibt dem Markeninhaber ein sogenanntes „ausschließliches Recht“. Das heißt, nur der Markeninhaber kann frei darüber entscheiden, wie er seine Marke verwendet und verwerten will. Nutzen Dritte wie beispielsweise Sie als Handwerksunternehmer die Marke unberechtigt, kann der Markeninhaber kraft seines Ausschließlichkeits-

Strafen Diese Konsequenzen drohen bei Verstößen gegen das Markenrecht

Liegt im Markenrecht eine Rechtsverletzung vor, stehen dem Inhaber der Markenrechte folgende Optionen zur Durchsetzung seiner Ansprüche zur Verfügung:

- # Klage auf Unterlassung
- # Klage auf Schadensersatz
- # Klage wegen Bereicherung
- # Forderung nach Vernichtung und Rückruf
- # Anspruch auf Auskunft

Die gerichtliche Geltendmachung erfolgt im Zivilrecht in der Regel durch eine **Unterlassungsklage** oder durch eine **einstweilige Verfügung**. Beide Rechtsmittel bedienen sich des Anspruchs auf Unterlassung und sollen vor allem dazu beitragen, eine Beschädigung des Markennamens zu verhindern. Vor einer gerichtlichen Verhandlung wird aber meist zuerst eine **außergerichtliche Einigung** angestrebt. Eine im Zivilrecht häufig genutzte Option zur Prozessvermeidung ist dabei die **Abmahnung**.

Quelle: Berufsverband der Rechtsjournalisten (www.urheberrecht.de)

rechts von Ihnen insbesondere Unterlassung und Schadensersatz verlangen. Der Markenschutz kraft Eintragung beginnt mit der Eintragung der Marke und besteht zunächst für zehn Jahre. Durch die Zahlung einer Verlängerungsgebühr kann der Schutz aber immer wieder verlängert werden.

WAS SCHÜTZT EINE MARKE?

Wer sich eine Marke eintragen lässt, genießt, wie beschrieben, ausschließlichen Schutz. Ein Dritter darf die Marke weder identisch noch zum Verwechseln ähnlich für die gleichen oder ähnlichen Waren und Dienstleistungen verwenden, für die die Marke geschützt ist (Identitätsschutz und Schutz vor Verwechslung). Um die Waren und Dienstleistungen näher zu bestimmen, gibt es die sogenannten „Nizza-Klassen“. Die Nizza-Klassen sind ein internationales Klassifikationssystem für Markenmeldungen und führen in insgesamt 45 Nizza-Klassen (34 für Waren und 11 für Dienstleistungen) die Bereiche auf, für die Markenschutz beansprucht werden kann.

Beispiel: Eine Wort-/Bildmarke wurde für „Brot und feine Back- und Konditorwaren“ (Nizza-Klasse 30) eingetragen. Wird diese Marke nun von der Konkurrenz ebenfalls für Brote verwendet, ohne dass der Markeninhaber dies erlaubt hat bzw. die Lizenz erteilt hat, kann er von der Konkurrenz Unterlassung und gegebenenfalls Schadensersatz verlangen. Wird die eingetragene Wort-/Bildmarke aber beispielsweise für Metzgereiprodukte verwendet, dürfte keine Verwechslungsgefahr und somit keine Markenverletzung vorliegen.

KANN ICH MARKEN ZU GELD MACHEN?

Wer mit einer Marke Geld verdienen will, kann das in Form der Lizenzierung. Das heißt, der Markeninhaber kann aufgrund seines Ausschließlichkeits- ➤

rechts Dritten die Befugnis (Lizenz) verkaufen, sein Design zu verwenden. Hierbei können Handwerksbetriebe also selbst entscheiden, ob, an wen und in welchem Umfang (nur online/offline) und für welche Dauer sie die Lizenz vergeben wollen. Je umfangreicher und länger Sie die Lizenz vergeben, desto mehr können Sie verlangen.

KANN ICH DIE LOGOS DER FUSSBALL-WM FÜR MEINE WERBUNG NUTZEN?

Da die Fußball-WM nicht nur ein sportliches, sondern auch ein werbewirksames Großereignis ist, ist sie sicher auch für Ihre Werbung verlockend. Aber Achtung: Die FIFA ist Markeninhaberin von einer Vielzahl von Marken im Rahmen der WM. So sind etwa das offizielle Emblem des FIFA World Cup Russia 2018, der Pokal des 2018 FIFA World Cup™ und das offizielle Maskottchen, der Wolf „Zabivaka“, kennzeichenrechtlich geschützt. Hinzu kommen Marken wie „FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Russland 2018™“, „FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™“, „COPA 2018™“, „COPA MUNDIAL 2018™“, „RUS-SIA 2018™“, „RUSIA 2018™“, „WM 2018™“ und der „Spielort-Name 2018“ für jeden Spielort (z. B. „MOSKAU 2018™“). Eine komplette Übersicht der geschützten

Definition Die wichtigsten Markenarten

Eine Marke dient der Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen und soll es dem Kunden ermöglichen, die jeweiligen Produkte und Unternehmen zu unterscheiden. Dabei kann es sich unter anderem um einen Firmennamen, ein Logo, einen Begriff, einen Werbejingle oder eine Kombination mehrerer solcher Elemente handeln. Hier eine kurze Übersicht der wichtigsten Markenarten:

MARKENART	BESCHREIBUNG	BEISPIEL
WORTMARKE	Schriftzeichen unabhängig von der Schriftart	Schriftzug von Microsoft
BILDMARKE	Grafisches Element	Stern von Mercedes
WORT-/BILDMARKE	Kombination aus Schriftzeichen und Grafik	Logo von Google
3D-MARKE	Gegenständliche Gestaltung	Form von Toblerone
HÖRMARKE	Tonfolgen und Melodien	Jingles aus TV und Radio
FARBMARKE	Farbton	Milka-Lila

Quelle: Berufsverband der Rechtsjournalisten e.V. (www.urheberrecht.de)

Marken der Fußballweltmeisterschaft 2018 in Russland finden Sie unter fifa.com/worldcup/organisation/documents/index.html. Markenfragen können Sie an markrequest@fifa.org richten. **Achtung:** Wer die Marken in der Werbung nutzt, ohne eine entsprechende Li-

zenz der FIFA zu haben, kann kostenpflichtig abgemahnt werden. Das gilt auch für den Fall, dass Sie den unzutreffenden Eindruck erwecken, Sie seien offizieller Sponsor. Auch das wird von der FIFA abgemahnt.

Checkliste So sind Marken geschützt

Mit Erwerb des Markenschutzes erhält der Inhaber laut Markenrecht das ausschließliche Recht an einer Kennzeichnung. Dadurch ist es Dritten untersagt, Produkte oder Dienstleistungen mit einem identischen Symbol im geschäftlichen Verkehr zu nutzen. Damit ein Verstoß gegen das Markenrecht vorliegt, muss eine markenmäßige Benutzung des konkreten Symbols vorliegen. Die Marke muss also zur Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen eingesetzt werden, damit der Tatbestand der Markenrechtsverletzung greift.

Durch das Markengesetz (MarkenG) erhalten Markeninhaber die Möglichkeit, gegen Markenverletzungen vorzugehen. Dabei können sie sich rechtlich auf die folgenden drei Schutzbereiche berufen:

1 Identitätsschutz. Der Identitätsschutz verbietet es Dritten, identische Markenkennzeichnungen für identische Waren oder Dienstleistungen zu nutzen. Damit dieser Verstoß besteht, muss die absolute Gleichheit in Bezug auf Zeichen und Waren- bzw. Dienstleistungsklassen vorliegen. Dies ist zum Beispiel bei Produkt- und Markenpiraterie der Fall.

2 Verwechslungsschutz. Das Markenrecht räumt den Inhabern die Möglichkeit ein, bei bestehender Verwechslungsgefahr rechtliche Schritte einzuleiten. Die Gefahr auf Verwechslungen besteht, wenn die angesprochenen Kunden annehmen, dass die Ware oder die Dienstleistung in Verbindung mit der Marke stehen. Dies kann sowohl aufgrund der Ähnlichkeit der genutzten Zeichen als auch der betroffenen Produkte erfolgen.

3 Bekanntheitsschutz. Der Bekanntheitsschutz verhindert, dass die Zeichen einer bekannten Marke für andere, nicht geschützte Klassen des internationalen Klassifikationssystems der sogenannten „Nizza Klassen“, genutzt werden. Dadurch verhindert das Markenrecht die Irreführung der Kunden. Damit ein solcher Bekanntheitsschutz entsteht, müssen vom relevanten Kundenkreis 30 Prozent oder mehr die Markenbezeichnung kennen.

Quelle: Bundesverband der Rechtsjournalisten e.V. (www.urheberrecht.de)

IST WERBUNG OHNE LIZENZ MÖGLICH?

In bestimmten Fällen können Sie mit der WM werben, ohne hierzu eine Lizenz einholen zu müssen. Das ist unter anderem dann der Fall, wenn die Werbung rein beschreibend ist und keine unlautere Rufausnutzung oder -beeinträchtigung vorliegt. Es darf auch keine gezielte Behinderung, Herkunftstäuschung oder sonstige Verwechslungsgefahr bzw. Verbindung mit der FIFA vorliegen. Die Werbung darf auch nicht dahingehend irreführend sein, dass hierdurch eine tatsächlich nicht bestehende Sponsoreneigenschaft assoziiert wird.

Praxistipp: Die Zulässigkeit der Werbung ist stets eine Frage des Einzelfalls (siehe Vergleich, Seite 67). Vor der Veröffentlichung sollte daher eine eingehende juristische Prüfung erfolgen!

hm
ramon.kadel@handwerk-magazin.de



Alles zum Thema Urheberrecht

Egal ob geschützte Marken, Bilder, Musik oder Designs – hier gibt's die Infos: handwerk-magazin.de/urheberrecht





Top Gründer im Handwerk 2014:
Heinz Tretter,
Fa. KristallTurm GmbH & Co. KG,
Lenggries

Jetzt bewerben und Preisgelder
gewinnen im Gesamtwert von

17.000 €

1. Preis 10.000,- €, **2. Preis** 5.000,- €, **3. Preis** 2.000,- €

TOP GRÜNDER GESUCHT!

Sie haben einen Handwerksbetrieb gegründet oder übernommen?
Sich richtig ins Zeug gelegt? Und das erfolgreich?
Dann bewerben Sie sich jetzt als „Top Gründer im Handwerk 2018“.

**Jetzt Bewerbungsunterlagen anfordern unter: Telefon 08247/354-161 oder
gleich online bewerben unter: www.handwerk-magazin.de/topgruender**

Teilnahmebedingungen: Bewerben können sich Unternehmensgründer und Nachfolger aus allen
Gewerken, die im Zeitraum Juli 2015 bis Juni 2018 erfolgt sind. Bewerbung ab sofort bis zum 30. Juni 2018!

Initiator

handwerk
magazin

Sponsor

 **WÜRTH**

Sponsor

SIGNAL IDUNA 

 **HOLZMANN** MEDIEN

Holzmann Medien GmbH & Co. KG | Gewerbestraße 2 | 86825 Bad Wörishofen | Telefon +49 8247 354-01 | Telefax +49 8247 354-170 | www.holzmann-medien.de

Die Nießbrauchs- Bestellung als **UNTERHALTSERSATZ**

Wer Kinder hat, ist bis zur wirtschaftlichen Selbstständigkeit zum Unterhalt verpflichtet. Das kann sich bis zum 25. Lebensjahr hinziehen. So können Sie mithilfe der Nießbrauchs-Bestellung Ihrem Sprössling etwas Gutes tun und gleichzeitig Steuern sparen.

Autor **Ramón Kadel**

DIE FRAGE

Meine Tochter hat gerade Abitur gemacht, nun möchte sie studieren. Da kommt einiges an Unterhaltskosten auf mich zu. Lassen sich diese Unterhaltsaufwendungen für Kinder im Studium steuerlich berücksichtigen?

DAS SAGT DER STEUERBERATER

Unterhaltsaufwendungen können bis zu einer bestimmten Höhe steuerlich berücksichtigt werden. Das gilt allerdings nicht, wenn der Fiskus für den Unterhaltsberechtigten andere steuerliche Vergünstigungen wie zum Beispiel Kindergeld gewährt. Das ist bei studierenden Kindern der Regelfall. Würden die Eltern also den Unterhalt direkt bezahlen, wären diese Zahlungen ohne steuerliche Auswirkung.

Unterhaltsaufwendungen können aber auch über eine Nießbrauchs-Bestellung bestritten werden. In einem zur Frage ähnlichen Fall gingen die Eltern wie folgt vor (FG Bad-Würt. AZ: 11-K-2951/15):

Die Tochter begann das Studium ihrer Wahl. Vor Studienbeginn richteten die Eltern dann ein notarielles Nießbrauchsrecht für ein Mietobjekt ein. Der Clou: Dieses Nießbrauchrecht wurde bis zum Ende der Regelstudienzeit befristet gewährt. Danach fiel das Nutzungsrecht an die Eltern zurück. Das Kind musste die vollen Kosten für das Mietobjekt übernehmen. Sie trat in das



DER EXPERTE

Steuerberater, Wirtschaftsmediator und Fachbuchautor Reinhard Schinkel ist seit 2007 als selbstständiger Steuerberater tätig. Seit 2016 hat er sich dem offenen Kanzleiverbund HSP STEUER angeschlossen und betreibt eine Kanzlei in Berlin-Köpenick.

Mietverhältnis ein und verwaltete das Objekt. Im Gegenzug standen ihr aber sämtliche Mieteinnahmen zu. Schnell witterte das Finanzamt Gestaltungsmissbrauch und untersagte diese Form der Unterhaltsaufwendungen. Doch da hatte das Finanzamt die Rechnung ohne den Steuerberater gemacht – er klagte und bekam Recht: Unterhaltsaufwendungen können auch in Form eines Nießbrauches gewährt werden, beispielsweise durch die Überlassung eines Vermietungsobjektes.

Als Folge verringern die Eltern durch das geringere Einkommen (Einkünfte aus Vermietung und Verpachtung fallen weg) ihr sonstiges zu versteuerndes Einkommen – und die Tochter erzielt über die Mieteinnahmen ihre bisher einzigen Einkünfte. Unterstellt man den Höchstsatz bei den Eltern von 42 Prozent und keinen oder nur geringen Steuersatz bei der Tochter ergibt das eine steuerliche Entlastung von etwa 4.500 Euro. **hm**

ramon.kadel@handwerk-magazin.de



Steuern sparen mit Strategie. Weitere Steuerspartipps von Steuerberatern, Branchenexperten und der Redaktion: handwerk-magazin.de/steuerstrategien

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 handwerkerfahrenen 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 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:

E-Mail:

Geburtsdatum (TT.MM.JJJJ):

BEZAHLEN

☐ Ich bezahle bequem per Bankeinzug.

☐ Ich erwarte Ihre Rechnung.

Geldinstitut:

IBAN:

BIC:

Datum / Unterschrift des neuen Lesers:

641

Finanzämter gibt es insgesamt in Deutschland. Somit kommen also auf ein Finanzamt knapp 130.000 Deutsche. Das entspricht in etwa der Einwohnerzahl von Ingolstadt.



Die BG zahlt, wenn der Streitgrund im „betrieblichen Zusammenhang“ steht.

KÖRPERVERLETZUNG WEGEN SCHWEISSGERUCH

SCHLÄGEREI mit Kollegen ist Arbeitsunfall

Kommt es für einen Arbeitnehmer auf dem Heimweg von der Arbeit zu einer Schlägerei mit Kollegen, hat er Anspruch auf Anerkennung eines Arbeitsunfalls, das geht aus einem aktuellen Urteil des Landessozialgerichts Baden-Württemberg hervor (Az.: L 1 U 1277/17). Einzige Voraussetzung: Der vorangegangene Streit muss in einem betrieblichen Zusammenhang stehen. Im verhandelten Fall saßen mehrere Bauarbeiter verschwitzt im Auto und es kam zum Streit darüber, ob aufgrund „schlechter Luft“ das Fenster geöffnet werden sollte. Nach einiger Zeit eskalierte die Auseinandersetzung: Der spätere Kläger bekam einen Faustschlag ins Gesicht und einen Tritt mit einem mit einer Stahlkappe bewehrten Sicherheitsschuh. Der Täter wurde daraufhin vom Amtsgericht Göppingen wegen vorsätzlicher Körperverletzung zu einer Geldstrafe verurteilt. Die Berufsgenossenschaft (BG) wollte allerdings ihren Teil nicht zahlen. Die Straftat sei nicht wesentlich durch das Zurücklegen des Arbeitsweges bedingt gewesen, sondern durch die „konfliktaffine Persönlichkeit“ der beiden Beteiligten. Das sahen die Stuttgarter Richter anders: Auch der direkte Nachhauseweg von der Arbeitsstätte zur Wohnung stehe unter dem Schutz der gesetzlichen Wegeunfallversicherung. Das versicherte Zurücklegen des Weges zur Arbeitsstätte sei die maßgebliche Ursache für die Einwirkungen durch den Täter. Damit lagen nach Ansicht des Landessozialgerichts die Ursachen des Streits nicht im privaten Bereich, sondern in der versicherten Tätigkeit des Klägers als Fahrer. **rak**



GESETZLICHE UNFALLVERSICHERUNG BEI HAUSBAU

Keine Sozialversicherungsbeiträge für VERWANDTE

Leisten Verwandte beim Hausbau in Eigenleistung Hilfe durch Ausführung verschiedener Bauarbeiten in einem Umfang von mehr als 500 Stunden, kann dies als Gefälligkeitsleistung einzustufen sein – und ist damit nicht sozialversicherungspflichtig. Im vorangegangenen Fall vor dem Sozialgericht Heilbronn unterstützten Väter und Brüder ein Ehepaar bei Erd-, Maurer-, Schalungs- und Betonarbeiten in einem Umfang von zusammen mehr als 500 Stunden. Daraufhin forderte die Bau-Berufsgenossenschaft (BG Bau) von den Eheleuten für die geleisteten Helferstunden Unfallversicherungsbeiträge in Höhe von knapp 1.000 Euro. Die Begründung: Die erbrach-

te Helferstundenzahl überschreite den Rahmen einer familiären Gefälligkeit. Sie seien für die Eheleute wie Beschäftigte tätig und daher unfallversichert gewesen. Die Richter sahen das aber anders und stellten fest, dass Gefälligkeitsleistungen, die durch das Verwandtschaftsverhältnis zwischen den beteiligten Personen geprägt seien, nicht unfallversichert sind (Az.: S 6 U 138/17). Der durchschnittliche Umfang der erbrachten Hilfeleistung über den gesamten Zeitraum war für jeden Helfer wöchentlich weniger als dreieinhalb Stunden. Dies spricht nach Meinung von Experten der ARAG Versicherung angesichts der engen familiären Bindung für eine Gefälligkeit. **rak**

ANERKANNTE REGELN DER TECHNIK

ZEITPUNKT der Bauabnahme maßgeblich

Die Einhaltung der anerkannten Regeln der Technik zum Zeitpunkt der Abnahme ist maßgeblich – auch wenn sich diese Regeln nach Vertragsschluss geändert haben. Das bestätigte der Bundesgerichtshof in einem aktuellen Urteil (Az.: VII ZR 65/14). Alle Baumaßnahmen, Sanierungen, Modernisierungen und technischen Ausstattungen müssen also, wenn nicht anders zuvor vertraglich geregelt, den zum Zeitpunkt der Abnahme geltenden anerkannten Regeln der Technik entsprechen. „In der Praxis wird dies schon lange Zeit so gehalten“, erklärt Dipl.-Ing. Helge-Lorenz Ubbelohde, Vizepräsident des Bundesverbands öffentlich bestellter und vereidigter sowie qualifizierter Sachverständiger (BVS) und öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Schäden an Gebäuden. „Neu ist nun, dass ein höchstrichterliches Grundsatzurteil diese bestehende Praxis bestätigt.“ Anerkannte Regeln der Technik sind technische Festlegungen, die sich bei einer Mehrheit repräsentativer, technischer Fachleute durchgesetzt haben und auch in der Praxis bewährt sind. **rak**



Bauabnahme-Praxis von BGH bestätigt.



Die Ein-Prozent-Methode wird nötig, wenn das Fahrtenbuch fehlerhaft ist.

LUXUS-GESCHÄFTSWAGEN

FAHRTENBUCH immer ordnungsgemäß führen

Damit der als Arbeitslohn anzusetzende geldwerte Vorteil für die private Nutzung des überlassenen Geschäftswagens gilt, muss ein Arbeitnehmer ein Fahrtenbuch ordnungsgemäß führen, das zeigt ein Urteil des Finanzgerichts Rheinland-Pfalz. Nachträgliche Eintragungen machen verdächtig. Im vorliegenden Fall durfte ein Arbeitnehmer einen von der Firma geleasteten Maserati für 116.000 Euro auch für private Zwecke nutzen. Das von ihm geführte Fahrtenbuch war aber nach Auffassung des zuständigen Finanzamts nicht ordnungsgemäß, sodass der geldwerte Vorteil mit der Ein-Prozent-Methode ermittelt wurde. Der so ermittelte Betrag war in einigen Streitjahren allerdings höher, als die für den Maserati tatsächlich entstandenen Kosten. Die Folge: Der Lohn wurde nicht, wie im Fahrtenbuch verzeichnet, um 3.018 Euro (2003), 1.351 Euro (2004), 639 Euro (2005) und 5.779 Euro (2006) erhöht, sondern um bis zu 10.440 Euro. Dagegen klagte der Maserati-Fahrer – ohne Erfolg. Auch die Richter hielten das Fahrtenbuch nach der Überprüfung für nicht ordnungsgemäß. Das verwendete Formularbuch sei erst nach dem Streitzeitraum in den Handel gekommen, daher liege der Verdacht nahe, dass die Aufzeichnungen erst nachträglich erstellt wurden. Außerdem habe der Kläger des Öfteren keine konkreten Angaben zu Ziel und Zweck der Reise gemacht. Einige Fahrten könnten schon gar nicht stattgefunden haben, weil der Maserati nachweislich in der Werkstatt war und später bereits verkauft gewesen sei. **rak**

VORAUSSETZUNGEN FÜR ELTERNGELD PLUS

BEIDE ELTERNTEILE müssen Arbeitszeit reduzieren

Eltern, die beim Bezug von Elterngeld Plus gemeinsam den viermonatigen Partnerschaftsbonus in Anspruch nehmen wollen, müssen beide gleichzeitig die Erwerbstätigkeit in zulässiger Weise auf 25 bis 30 Wochenstunden reduzieren. Das geht aus einem Urteil des Landessozialgerichts Baden-Württemberg hervor (Az.: L 11 EG 2662/17). Geklagt hatten Eheleute, bei der die Ehefrau die Erwerbstätigkeit für den 9. bis 12. Lebensmonat ihrer Tochter von 40 auf 30 Stunden pro Woche reduziert hatte, der Ehemann aber weiterhin 41 Wochenstunden arbeitete. Der Ehemann machte dabei geltend, dass er sich noch in Ausbildung befinde und daher trotz der Anzahl seiner Wochenstunden nicht voll beschäftigt sei. Die Stuttgarter Richter verneinten das: Der zur Berufsausbildung beschäftigte Ehemann sei zwar als Arbeitnehmer im Sinn des Elterngeldrechts anzusehen, entscheidend sei aber, dass die Berufstätigkeit tatsächlich und auch in einer rechtlich zulässigen Weise reduziert werden muss. Da er durchgehend offiziell 41 Wochenstunden in Ausbildung gewesen sei und auch durchgehend das volle Gehalt bekommen habe, bestehe kein Anspruch auf die Partnerschaftsbonusmonate für die Eheleute. **rak**



Eltern sind gleichzeitig gefordert.

MIETRECHT

Gelegentliche Wohnungsnutzung ist KEIN EIGENBEDARF

Für eine Eigenbedarfskündigung reicht es nicht aus, wenn der Eigentümer eine Wohnung nur gelegentlich nutzen möchte. Das geht aus einer Entscheidung des Amtsgerichts Berlin Tempelhof-Kreuzberg hervor. Im zugrunde liegenden Fall meldete ein Vermieter aus Schwerin Eigenbedarf an seiner vermieteten Berliner Wohnung an, obwohl er angab, nur ein- bis zweimal pro Woche anwesend zu sein. Die Richter lehnten das ab. Begründung: Zwar sei durch den Bundesgerichtshof (BGH) festgestellt, dass eine teilgewerbliche Nutzung für eine Eigenbedarfskündigung ausreichen kann – dennoch müssten gegensätzliche Interessen abgewogen werden. Die angegebene Nutzungszeit des Eigentümers sei aber so kurz, dass sie auch durch andere Unterkünfte angemessen abgedeckt werden könne. Der Mieter müsse nicht weichen, nur weil der Vermieter die Wohnung gelegentlich nutzen möchte. **rak**



STEUERN & RECHT-NEWSLETTER

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



»Qigong ist keine Sportart. Durch Atmung, Bewegung und Meditation schult man seinen Geist.«

Marcus Matthes, Friseurmeister und Unternehmer aus Trebur, ließ sich zum Qigong-Lehrer ausbilden.

Probier's mal mit **GELASSENHEIT**

Um sich seine Gesundheit und Beweglichkeit zu **bewahren**, ließ sich Marcus Matthes von einem Shaolin-Mönch zum Qigong-Lehrer ausbilden. Von seiner neuen Entspanntheit und Kraft profitieren nicht nur seine Schüler, sondern auch die Kunden seines Friseursalons.

Autorin **Petra Nickisch-Kohnke** Fotograf **Tim Wegner**

J

Jeden Morgen betritt Marcus Matthes in bequemer Kleidung seine Terrasse. Er stellt sich aufrecht hin, den Blick nach vorn gerichtet, hält einen Moment inne. Dann setzt er sanft den linken Fuß zur Seite und formt mit den Händen, während er einatmet, eine imaginäre Energiekugel vor seinem Bauch. Diese Energie führt er mit den Handflächen nach oben bis zum Hals, dann langsam ausatmend wieder nach unten. Weich sind seine Bewegungen, leicht, fließend und ganz ohne Anstrengung. So wie es im Qigong sein soll.

„Energie holen“ heißt dieser erste von mehreren Bewegungsabläufen, die zur Shaolin-Qigong-Atemtechnik gehören. Selbst im tiefsten Winter beginnt Matthes mit dieser Übung seinen Tag, obwohl er dann meist sein Wohnzimmer mit geöffneter Terrassentür vorzieht. „Die Übung macht wach und ist wie eine innere Dusche“, beschreibt er ihre Wirkung. Schon ein paar Minuten bewussten



Chinesische Energiearbeit, wie Qigong übersetzt heißt, verhilft Marcus Matthes auch zu mehr Gelassenheit in seinem Friseursalon.

Atmens und Bewegens reichen ihm aus, um dieses erste Wohlgefühl des Tages auszulösen. Und wie praktisch: Frische Luft und weite Kleidung – mehr Equipment braucht er zur Ausführung von Qigong nicht.

MIT KARATE GESTARTET

Vor etwa drei Jahren hat es den Friseurmeister aus Trebur gepackt. Bei einer Fotoausstellung über das Shaolin-Kloster in China stieß er auf ein kleines Qigong-Buch des Shaolin-Mönchs und -Meisters Shi Xinggui und entschied: „Den muss ich kennenlernen!“ So ganz aus heiterem Himmel kam Matthes' Interesse für die chinesische „Energiearbeit“, wie Qigong knapp übersetzt heißt, allerdings nicht. Seit zehn Jahren trainiert der 52-Jährige zwei- bis dreimal pro Woche Karate, hat mittlerweile die Prüfung zum 2. Dan, also dem 2. Meistergrad, absolviert. In seinem Karate-Verein schaut man gern mal über den Tellerrand. Trainer anderer Kampfkunst-Stilrichtungen, wie Ju-Jutsu oder Taekwondo, werden eingeladen, um in Wochenendkursen die verwandten asiatischen Kampfsportarten zu demonstrieren. „Qigong wurde dabei immer mal angetickt“, erzählt Matthes. „Es ist ja eine innere Kampfkunst, wo du >



Übungen des Qigong helfen durch die richtige Atmung bei der täglichen Entspannung und lassen Marcus Matthes seinen Ruhepol finden. Außerdem verbessert das Training auch die Körperhaltung und beugt Rückenschmerzen vor.

mit dir selber kämpfst, zum Beispiel gegen deine innere Ungeduld. Beim Karate kämpfst du gegen andere.“

Matthes blieb am Ball, las über Qigong, lernte durch Videos, fuhr 2015 zum ersten Ausbildungsseminar bei Meister Shi Xinggui und hatte 2016 sein Zertifikat zum Qigong-Lehrer in der Tasche. Seitdem gehört der frühe Donnerstagabend seinen Qigong-Schülern. Schon während seiner Ausbildung konnte er Kunden und Bekannte mit seiner Begeisterung anstecken, sodass seine Kurse, die aus zwölf Einheiten à 90 Minuten bestehen, von Anfang an voll waren.

„Qigong ist keine Sportart, wie man vielleicht denken könnte.“ Es gehe eher darum, durch Atmung, Bewegung und Meditation seinen Körper und gleichzeitig seinen Geist zu schulen, erklärt Matthes. Nach dem Verständnis der jahrtausendealten traditionellen chinesischen Medizin, zu der Qigong als eine von fünf Behandlungssäulen zählt, fließt durch unseren Körper Qi, also Lebensenergie. Mit diesem Qi wird bewusst und konzentriert gearbeitet, denn ist es blockiert, können Krankheiten oder einfach nur Unausgeglichenheit entstehen.

IN DER RUHE LIEGT DIE KRAFT

Ganz praktisch sollen die Qigong-Stunden zur inneren Ruhe führen, Kraft geben – und natürlich auch Spaß machen. Manche Übungen dienen beispielsweise der Mobilisierung der Wirbelsäule oder der Stärkung des Kreislaufsystems. Jede Bewegung, die bestimmte Akupressurpunkte, Meridiane oder Organe anspricht, wird sehr geschmeidig und langsam ausgeführt. „Am Anfang denkt man,

wie lange geht denn das noch? Man wird fast wahnsinnig“, erinnert sich Matthes lachend. „Aber wenn man länger dabei ist, wundert man sich: Oh, die fünf Minuten sind schon um?“

Seine Schüler sollen aus dem täglichen Getriebe herauskommen. Sie sollen innehalten, in sich hineinhören, Entspannung finden. Über 70 Jahre alt war sein ältester Teilnehmer, die jüngste 15. Am schönsten ist es, wenn Matthes hört, wie sie Qigong mit in ihren Alltag nehmen. Eine Teilnehmerin lässt als leitende Angestellte die Atemübungen sogar in die Mitarbeiter-Meetings einfließen.

ENTSPANNUNG FÜR DEN RÜCKEN

Auch in Matthes' eigenen Friseursalon ist ein bisschen Qigong geschwappt. Zum einen sind ihm die Aspekte Entspannung und Zur-Ruhe-Kommen auch für seine Kundschaft wichtig, zum anderen hat er seine Körperhaltung verbessert. „Das Stehen beim Arbeiten ist jetzt ein anderes als früher“, erzählt er. „Wir arbeiten meist nach vorn gerichtet, mit den Händen zum Kopf der Kundin hin.“ Das führt nicht nur bei ihm, sondern bei vielen Friseuren zu Rückenschmerzen. „Ich achte jetzt darauf, dass Fersen und Ballen gleichmäßig fest auf dem Boden stehen. Mein Becken geht nach vorn, die Wirbelsäule ist aufgerichtet und ich arbeite gerade.“ Auch sein Tennisarm vom Fönen ist passé. „Ich habe gelernt, aus dem Bauch heraus Kraft zu erzeugen.“

Seine neun Mitarbeiterinnen konnte er trotzdem noch nicht vom Qigong überzeugen. Manchmal tippt er ihnen ins Kreuz, als Signal, dass sie krumm stehen. „Jetzt ist das für die jungen Leute noch kein Problem, aber in zehn, 20 Jahren ...

Es ist doch leichter, den Rückenleiden vorzubeugen, als sie später zu behandeln.“ Qigong hat ihn gelassener gemacht. „Es lohnt sich doch nicht, sich über alles aufzuregen.“ Seiner Tochter, die auch im Betrieb mitarbeitet, entfuhr einmal: „Deine Gelassenheit geht mir total auf die Nerven.“ Er nahm es als Kompliment.

ZUM ENTSPANNTEN ARBEITEN

Wenn es langfristig etwas mehr Qigong und etwas weniger Friseur werden würde, hätte er nichts dagegen. „Austausch von der aktiven Arbeit zur entspannten Arbeit“, nennt er es. Denn Qigong-Lehrer zu sein bedeutet nicht nur Vergnügen. Auch hier gibt es Hand-outs zu erstellen, die Kurse inhaltlich vorzubereiten, die Webseite aufzubauen und zu pflegen. Organisatorisches und Administratives eben.

Kann man eigentlich zu viel Qigong machen? „Nee, das tut einfach nur gut!“ Deshalb nimmt er Qigong auch mit in den Urlaub. Während seine Frau morgens noch schläft, atmet er schon am Strand auf Mallorca oder formt Energiekugeln auf einer Obstwiese in Stade. „Wo es toll sein muss, das ist in den Bergen“, schwärmt er. „Die Erdenergie, diese besondere Kraft spüren. Das habe ich noch nie gemacht.“ Doch bis dahin reicht die Terrasse in Trebur.

hm

cornelia.hefer@handwerk-magazin.de



Das tun andere Kollegen privat

Maler als Kampfsportler, Friseure als Comedy-Abende-Veranstalter u.v.m. Was andere Kollegen so machen: www.handwerk-magazin.de/handwerker-privat

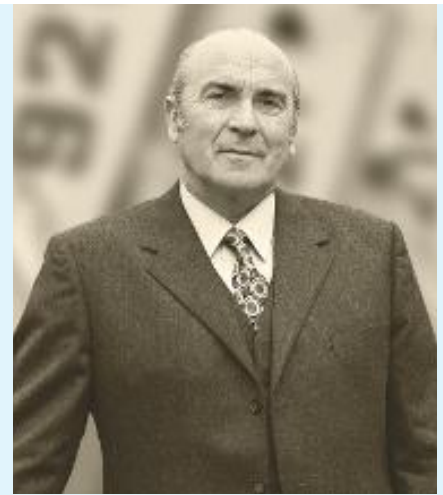
HANS LIEBHERR, Baukran-Erfinder

Eigentlich wollte er Konditor werden. Doch dann erfand er den ersten mobilen Kran.

Es war der Stiefvater, der Hans Liebherr (geboren am 1. April 1915 in Kaufbeuren) zu einer Lehre im elterlichen Baugeschäft zwang. Also legte er 1931 die Gesellenprüfung ab, machte 1938 die Baumeisterprüfung in Ulm und übernahm die Leitung des Betriebs. Nach dem Krieg begann der Wiederaufbau. Bis dahin waren Kräne, die eher Ähnlichkeit mit Hafen- oder Schiffskränen hatten, nur bei Großbaustellen im Einsatz. Im Wohnungsbau wurde das Material über Rampen und Seilzüge in die oberen Eta-

gen gebracht. Liebherr erkannte den Bedarf. 1949 baute er zusammen mit Schlossern einen ersten fahrbaren Turmdrehkran, den man auch bei kleineren Baustellen schnell einsetzen konnte. Das Modell fand reißenden Absatz. Und legte den Grundstein für den heutigen Weltkonzern, der längst nicht nur Kräne produziert, sondern auch Baumaschinen, Betonmischanlagen und Kühlschränke. Als Liebherr 1993 starb, hatte das Unternehmen 15.000 Mitarbeiter.

olaf.deininger@handwerk-magazin.de



Maurer-Geselle, Baumeister, Erfinder und Unternehmer: Er erfand die Form des heutigen Turmkranes mit Drehkranz und Katzausleger.



Historische Persönlichkeiten

Noch mehr historische Handwerker-Kollegen, die Sie kennen sollten:

www.handwerk-magazin.de/historisch



Foto: Liebherr

Thomas Graber

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 €



+49 8247 354-300

www.holzmann-medienshop.de



HOLZMANN . MEDIEN

3S Massiv-Halle
ab 24.970 € + MwSt.

Neu!
la-Schall- und Wärmeschutz

Katalog: 31S Selbstbau OT · 37081 Göttingen
Maschmühlenweg 99 · Web: www.3s-gewerbebau.de
Fax 0551-38 39 038 · Tel: 0551-38 39 00



Geschäfts-/Immobilien Probleme?
25 Jahre Erfahrung, Erstgespräch frei
www.wirtschaftskanzlei-ewm.com

Anzeigenschluss
für die Ausgabe 4/3.4.2018
ist am **6. März 2018**

**Werden Sie Tester beim
DEUTSCHEN
NUTZFAHRZEUG
PREIS 2018**

DEUTSCHER
NUTZFAHRZEUG
PREIS 2018

Jetzt gleich bewerben unter:
www.handwerk-magazin.de/nutzfahrzeugpreis

Anmeldeschluss ist am 20. April 2018

AKTIONEN



LETZTER AUFRUF ZUM TRANSFERPREIS

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.

Bewerber 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. Bewerbungsunterlagen:

handwerk-magazin.de/technologietransfer oder **seifriz-preis.de**

Achtung! Bewerbungsschluss: 16. März 2018

TOP-GRÜNDER-PREIS

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 Gewerken 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.

Wer wählt die Sieger?

Unabhängige Experten aus Handwerk, Verbänden und Unternehmen werten die Bewerbungen aus.

Wie kann ich teilnehmen?

Bewerbungsunterlagen und Infos gibt es auf: **handwerk-magazin.de/top-gruender**

Bewerbungsschluss:

30. Juni 2018



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 Testfaherin oder -fahrer für den „Deutschen Nutzfahrzeugpreis 2018“ bewerben. Die Testtage sind der 29. und 30. Juni 2018 in Bad Wörishofen. Teilnahmeschluss ist der 20. April. Bewerbungen unter:

handwerk-magazin.de/nutzfahrzeugpreis

WEITERE AKTIONEN

HANDWERKSMESSE Besuchen Sie handwerk magazin auf der IHM vom 7. bis 13.3.2018 auf dem Messegelände München, Halle C2/Stand Nr. 162, und machen Sie mit bei unserem Gewinnspiel. Zu gewinnen gibt es 3 x 200 Euro Gutscheine für einen Einkauf bei Sport Scheck!

STUDIE HANDWERKSTOLZ Diese Untersuchung der Universität Göttingen will erstmals herausfinden, wie zufrieden Handwerksunternehmer und Mitarbeiter in Handwerksbetrieben mit ihrem beruflichen und privaten Leben sind. Weiter soll ermittelt werden, wie stark oder schwach die Anerkennung ist, die für den Beruf vermittelt wird. Wir unterstützen das. Nehmen Sie deshalb bitte an der Online-Umfrage teil unter **www.handwerksstolz.de**

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**



GASANTRIEBE SIND KEINE ALTERNATIVE

Zur Vorstellung der neuen Erdgas-Transporter auf handwerk-magazin.de erreichte uns folgender Kommentar eines Metallbau-Unternehmers.

„Der Gasantrieb wird angepriesen für die Jahre 2020 bis 2030. Für mich so was von daneben! Wir vernichten in einem Jahr so viel fossil gebundenen Kohlenstoff wie in einer Million Jahren entstanden ist. Seit 100 Jahren sinkt die Sauerstoffkonzentration und steigt die CO₂-Konzentration in der Atmosphäre. Und wir beschäftigen uns mit 10-Jahres-Lösungen. Was für ein Irrsinn! Stellen wir uns doch lieber ein paar große Diesellaggregate für Stromerzeugung hin, gleicher Verbrauch wie bei PKWs, mit zusätzlich über doppeltem Wärmeertrag und sicheren Filtersystemen. Das fände ich gut als Übergangslösung für E-Fahrzeuge, bis wir Sonnenkraftwerke gebaut haben. Denn Sonnenenergie ist in solcher Fülle vorhanden, nur keiner will es wahrhaben. Wir produzieren doppelt so viel Ö-Strom wie ich für zwei E-Fahrzeuge, die Firma und das Wohnhaus benötige.“

Metallbau Hämmelmann, Robert Hämmelmann, 97084 Würzburg

Antwort der Redaktion:

Wir hätten ja gerne in der Kategorie Pick-ups auch ein Elektromodell vorgestellt, aber es gibt eben kein solches Fahrzeug. Ihre Kritik an der Autoindustrie ist sicher berechtigt, wir wollen bei *handwerk magazin* jedoch unseren Lesern auch einen Überblick über aktuell verfügbare Fahrzeuge in unterschiedlichen Kategorien geben und können

DIALOG

nicht nur in die Zukunft schauen. Das gilt auch für Erdgas-Transporter. Auch hier wollen wir unseren Lesern Fahrzeuge vorstellen, die aktuell verfügbar sind und weniger Schadstoffe ausstoßen als ein Diesel. So lange es auf dem Markt bei Transportern kaum Alternativen gibt, sind aber auch die Erdgasautos eine Option. Wir haben aber auch schon mehrfach Marktübersichten zu Elektrotransportern vorgestellt.

PSYCHISCHE BELASTUNGEN NICHT KLEINREDEN

Die Themenseite Arbeits- und Gesundheitsschutz auf handwerk-magazin.de informiert regelmäßig über aktuelle Trends. Zum Thema psychische Belastungen sandte uns die Berufsgenossenschaft Energie und Elektro weitere spannende Informationen.

„Der Beitrag behandelt tatsächlich ein wichtiges Thema. Psychische Belastungen für die Beschäftigten zu reduzieren wird von Unternehmen zunehmend als Erfolgsfaktor erkannt. Ein erster Schritt dazu ist stets die Beurteilung der vorhandenen Belastungen. Seit 2013 sind psychische Belastungen auch in der Gefährdungsbeurteilung zu berücksichtigen. (Es gibt keine eigenständige „Psychische Gefährdungsbeurteilung.“) Nicht erst seit Beginn dieses Jahres, sondern bereits seit Inkrafttreten der um die psychischen Belastungen erweiterte

Gefährdungsbeurteilung im Jahr 2013 informiert der Aufsichtsdienst unserer Berufsgenossenschaft die Unternehmen über die gesetzliche Forderung. Dabei steht entsprechend unseres gesetzlichen Auftrages nicht die Kontrolle, sondern die Beratung und Hilfestellung zur methodischen Umsetzung im Vordergrund.“

Berufsgenossenschaft Energie, Textil Elektro Medien, Christian Sprotte

3D-DRUCK IN DER HÖRAKUSTIK

Zur Berichterstattung über die Anwendungsmöglichkeiten des 3D-Drucks in der Februar-Ausgabe von *handwerk magazin* hatte ein Leser noch eine Ergänzung.

„Wir sind mit 61 Filialen, eigenem Labor und Werkstatt einer der führenden Hörakustiker in Südwest-Deutschland. Ihr Magazin lese ich sehr gerne, da immer aktuelle Themen oder Zukunftsherausforderungen behandelt werden. Natürlich ist mir deshalb der Artikel 3D-Druck sofort ins Auge gefallen. Wir haben ein eigenes Labor, in welchem wir selbst 3D-Drucke vornehmen. Wir drucken allerdings keine Hörgeräte, wie in Ihrem Artikel beschrieben, sondern Otoplastiken: das sind für jedes Ohr individuell hergestellte Ohrpassstücke. Sie bewirken, dass das Hörgerät gut im Ohr sitzt, es gibt die Richtung

des Schallaustritts vor und hat tonbeeinflussende Wirkung. Und übrigens: Seit letztem Jahr gilt in unserer Branche die Berufsbezeichnung Hörakustik (früher: Hörgeräteakustiker).“

Marc Osswald, Geschäftsführer, iffland hören GmbH & Co.KG, Marc Osswald, 70173 Stuttgart

PRÄMIENVERGLEICH GESCHÄFTSINHALTSVERSICHERUNG

In unserer Januar-Ausgabe verglichen wir die Prämien von gewerblichen Inhaltsversicherungen. Dabei ist uns leider ein Fehler unterlaufen: Die Prämien der Signal Iduna wurden zu hoch dargestellt. Wir bitten das zu entschuldigen. Sie belaufen sich auf:

Die Prämien berechnen sich jeweils auf Basis des in Ausgabe 01/18 dargestellten Beispielkunden und umfassen Feuer, Einbruchdiebstahl, Leitungswasser, Sturm und Hagel jeweils inklusive Betriebsunterbrechung und einer Selbstbeteiligung i.H.v. jeweils 1.000 Euro:

Angebot 1 „BetriebsPolice select“: 389,54 Euro p.a.

Angebot 2 „BetriebsPolice select“: 411,79 Euro p.a., hier sind noch Erweiterte Elementarschäden (inkl. Betriebsunterbrechung) sowie unbenannte Gefahren (ohne Betriebsunterbrechung) versichert.

LESERBRIEFE

Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefe gekürzt in der jeweiligen Ausgabe und auch elektronisch zu veröffentlichen.

Wenn Sie an *handwerk magazin* schreiben, geben Sie bitte immer Ihren Namen, das jeweilige Unternehmen und den Ort an.

redaktion@handwerk-magazin.de



Twitter

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



Diskutieren Sie mit in der Facebook-Gruppe von handwerk magazin.

Zur Frage, wie die Digitalisierung das Zusammenleben der Menschen beeinflusst, hat sich eine lebhaft Diskussion entwickelt. Etwa zum Thema, wie wichtig der persönliche Kontakt zu Menschen in Zukunft sein wird. Dabei zeigt sich ein klarer Trend: Es geht nicht um die Konkurrenz zwischen persönlichen und virtuellen Kontakt, sondern um ein möglichst intelligentes Zusammenspiel der beiden Welten.



Die SCHULDENLAST sicher im Griff

Kennzahlen sind nicht nur ein unverzichtbarer Vergleichsmaßstab, sondern zeigen dem Unternehmer auf einen Blick, wo Handlungsbedarf besteht. Ein wichtiger Wert ist die Kapitaldienstfähigkeit.

Autorin **Kerstin Meier**

Die Formel So wird die Kennzahl berechnet

$$\text{Auslastung der Kapitaldienstgrenze} = \frac{100 \times \text{Kapitaldienstgrenze}^*}{\text{Kapitaldienst}^{**}}$$

* Kapitaldienstgrenze = Jahresüberschuss + Abschreibungen + Zinsaufwand

** Kapitaldienst = Zinsaufwand + Tilgung

WAS SAGT DIE KENNZAHL AUS?

Die Kapitaldienstfähigkeit zeigt auf, ob ein Unternehmen in der Lage ist, die Zins- und Tilgungsleistungen (= Kapitaldienst) aus den laufenden Einnahmen zu leisten. Um den jeweiligen Liquiditätsspielraum nicht allzu weit einzuengen, sollte die Auslastung der Kapitaldienstgrenze höchstens bei bis zu 75 Prozent liegen, Werte darüber gelten als zu hoch und werden daher kritisch gesehen.

WIE BEEINFLUSST DIE KAPITALDIENSTFÄHIGKEIT DIE ZUKUNFTSAUSSICHTEN?

Je mehr ein Betrieb aus dem erweiterten Cashflow für den Kapitaldienst aufwenden muss, desto geringer wird der finanzielle Spielraum. Insofern können unerwartete Ereignisse wie etwa außerplanmäßige Umsatzeinbußen durch den Ausfall eines Großkunden oder plötzlich erforderliche ungeplante Ausgaben relativ leicht zu schwerwiegenden Liquiditätsengpässen

Wie Banken die Auslastung bewerten

Zwar hat jede Bank ihr eigenes Schema, doch in der Praxis weichen die Werte nicht allzu sehr voneinander ab. Werte bis 75 Prozent sind für die Banker meist vertretbar, darüber wird es dann oft kritisch.

unter 50 %	SEHR GUT
bis 60 %	GUT
bis 70 %	BEFRIEDIGEND
bis 80 %	AUSREICHEND
bis 90 %	NOCH VERTRETBAR
bis 95 %	KRITISCH
bis 99 %	SEHR KRITISCH

führen. Kommt beides zusammen, kann sogar die Existenz des Unternehmens auf dem Spiel stehen. Für die Banken ist die Kapitaldienstfähigkeit des Kreditnehmers ein wesentlicher Beurteilungspunkt im Rahmen des Ratings (siehe Tabelle links).

WELCHE STELSCHRAUBEN HAT DER UNTERNEHMER?

Jeder Unternehmer sollte seinen Kapitalbedarf genau kennen und ermitteln. In der Regel entsteht ein Kapitalbedarf bei Investitionen im Anlagevermögen (Maschinen, Fuhrpark), da die Ausgaben für das Umlaufvermögen meist über den Kontokorrentrahmen abgedeckt sind. Steuern lässt sich die Auslastung der Kapitaldienstgrenze (siehe Formel) durch eine vorausschauende und realistische Investitionsplanung, die dem Betrieb bei unvorhersehbaren Ereignissen nicht die Luft zum Atmen nimmt.

hm

kerstin.meier@handwerk-magazin.de

IMPRESSUM

handwerk. magazin

handwerk magazin ist das einzige bundesweit erscheinende, branchenübergreifende Wirtschaftsmagazin für Unternehmer aus dem Handwerk.

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 Rikanek, Telefon: 08247/354-202, Fax: 08247/354-4202, sandra.rikanek@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 Vertriebsservice GmbH, Am Sandtorkai 74, 20457 Hamburg, dpv.de

KUNDEN-SERVICE: Margit Detemple, Telefon: 08247/354-143, margit.detemple@holzmann-medien.de; Sandra Mahlow, Telefon: 08247/354-189, sandra.mahlow@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 Unternehmerinnen im Handwerk angeschlossenen Vereine gilt ein ermäßigter Jahresbezugspreis. Soweit die Vereine für ihre Mitglieder handwerk magazin beziehen, ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten. Für die Mitglieder des Fachverbandes Tischler Nord sowie des Bundesverbandes GIH 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 Datenträgern 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

© 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, RWTexilservice, Health&Care Management.

Service-Hotlines: Abonnements 08247/354143 – Redaktion 089/898261-0 – Anzeigen 08247/354194

VORSCHAU



Die BLOGREBELLEN

STORYTELLING Dass Bloggen nicht kompliziert ist, zeigen viele erfolgreiche Beispiele aus dem Handwerk. Wenn es aber nicht mehr nur um Marketing, sondern um das lautstarke Vertreten der eigenen Meinung und „Storytelling“ geht, werden aus Handwerksbloggern Blogrebeln.



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.



Im URTEIL der Kunden

BEWERTUNGSPORTALE Zwei Drittel der Deutschen lassen sich bei ihrer Kaufentscheidung von Bewertungen im Netz leiten. Auf welche Portale Handwerkskunden dabei schauen, und wie Unternehmen die Portale gezielt zur Kundengewinnung einsetzen, steht im Aprilheft.

Zwei elegante Erscheinungen: Maßschneider Sebastian Hoofs und der Audi A5 Sportback.

Maßanzug für die STRASSE

Audi A5 Sportback.

Maßschneider Sebastian Hoofs aus Köln testet den Audi A5 Sportback – und kommt aus dem Staunen nicht mehr heraus.

Die Nähte am Lenkrad sind wahn-sinnig gut verarbeitet“, staunt Sebastian Hoofs. Der Maßschneider muss es wissen: In seinem Kölner Atelier mit Familientradition fertigt er feinste Anzüge aus hochwertigen Stoffen und Garnen. Die Begeisterung für die Schneidkunst liegt ihm im Blut. Sein Urgroßvater entwickelte als Webermeister Funktionsstoffe für die Bezüge von Autositzen. Wie der 30-Jährige da so vor der silbergrauen Sport-Limousine steht, im selbst geschneiderten Anzug, sieht der Wagen aus wie für ihn gemacht. Besonders die Silhouette des eleganten Wagens gefällt Hoofs: „Die Mischung aus Limousine und Sportback funktioniert gut.“

Hoofs setzt den Audi in Bewegung und gibt dann noch zu, dass er BMW-Fan ist. Er selbst fährt einen 1er. „Für die Stadt wäre mir der A5 zu groß. Aber ich hätte nicht gedacht, dass sich die Limousine so intuitiv fährt.“ Er vergleicht den Wagen mit einem Vollmaßanzug: Das Gefühl, die ausgearbeiteten Details und die Qualität: „Dafür“, sagt Hoofs, „zahlt man gern einen höheren Preis.“

Wie gefällt Ihnen die Ausstattung?

Die Lenkradunterstützung und der Fahrspurassistent helfen spürbar auf den kurvigsten Straßen im Bergischen Land. Was mir besonders gefällt, sind die Mittelkonsole und das Menü. Die Schaltasten für das Navi, Radio und Co. sind optimal erreichbar. Ich kann mich von meiner Intuition leiten lassen – das hat das Audi-Team wirklich gut abgestimmt. Weniger gut ist die Sprachsteuerung.

Was fällt Ihnen besonders auf?

Mir gefällt, dass ich den Wagen auf unterschiedliche Weise fahren kann. Über die Autobahn kann ich im Sport-Modus heizen. Wenn ich meine – was Autofahren angeht – empfindliche Oma kutschiere, würde ich den Komfort-Modus wählen.

Wäre der A5 etwas für Sie?

Als Firmenwagen wäre er mir zu großspurig, obwohl er mit seiner Eleganz gut zu meiner Maßschneiderei passen würde. Als Privatwagen könnte ich mir den A5 sehr gut vorstellen.

Carina Winter

reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de

Das Unternehmen

Name: Maßschneider Sebastian Hoofs

Geschäftsgebiet: Köln

Gründung: 2015

Mitarbeiter: 1

Der Testwagen

Modell: Audi A5 Sportback TDI 2.0 quattro S tronic

Höchstgeschwindigkeit: 235 km/h

Leistung: 140 kW/190 PS

Kraftstoffverbrauch: 4,7 Liter Diesel auf 100 km

CO₂-Emission: 117 bis 124 g/km

Grundpreis: 45.750 Euro (inkl. MwSt.)



Gesammelte Autotests. Alle Tests auf einen Blick:
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

SIGNAL IDUNA 
gut zu wissen



BLACK EAGLE® SAFETY

low/blue-citrus



In weiteren Farben erhältlich:



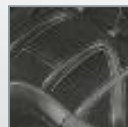
black-blue



black-red



grey-red



black-black



Qualitativ hochwertige Funktionsschuhe
und -bekleidung für **JOB & FREIZEIT!**

Erhältlich bei Ihrem **Fachhändler**
oder im HAIX® Webshop www.haix.de



www.haix.com