

handwerk. magazin

04 / 2018

für unternehmerischen Erfolg

4 190963 608606 04

ANZEIGE

Investitionen

sicher entscheiden?

Da brauche ich aktuelle

Geschäftszahlen.



Zukunft gestalten. Gemeinsam.

Und eine direkte Verbindung

zu meinem Steuerberater!

Mit den digitalen DATEV-Lösungen haben Sie jederzeit den Überblick über Ihre aktuellen Geschäftszahlen. Und sind direkt mit Ihrem Steuerberater verbunden. So können Sie anstehende Investitionen sicher entscheiden. Informieren Sie sich im Internet oder bei Ihrem Steuerberater.

[Digital-schafft-Perspektive.de](https://www.digital-schafft-perspektive.de)



Zukunft gestalten. Gemeinsam.

handwerk. magazin

04 / 2018

für unternehmerischen Erfolg

4 190963 608606 04



»JA, ICH WILL!«

EU-Datenschutzgrundverordnung: Jetzt müssen Ihre Kunden Ihnen ständig das Ja-Wort geben. So regeln Sie das.

Bewertungsportale
Wie Sie Kunden für
sich werben lassen

Diesel
In diesen 37 Städten
drohen Fahrverbote

Krankenzusatzversicherung
Was Sie Mitarbeitern
bieten können

Gründung. Wachstum. Internationalisierung. Digitalisierung. Krise. Mitarbeiterbindung. Nachfolge.

Was auch immer Sie bewegt: Wir beraten Sie.

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Mit unserer **Genossenschaftlichen Beratung** beraten wir Sie ehrlich, kompetent und glaubwürdig. Schließlich sind wir die Finanzberatung, die erst zuhört und dann berät. Profitieren auch Sie davon und lassen Sie uns Ihr Unternehmen voranbringen. Welchen Unternehmen das schon gelang, erfahren Sie in unserer Webserie auf vr.de/mittelstand

**Volksbanken
Raiffeisenbanken**



Wir machen den Weg frei. Gemeinsam mit den Spezialisten der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken: Bausparkasse Schwäbisch Hall, Union Investment, R+V Versicherung, easyCredit, DZ BANK, DZ PRIVATBANK, VR Leasing Gruppe, WL BANK, MünchenerHyp, DG HYP.

**Erfolgsfaktor
Datenaustausch**

Wer Daten lesen kann, ist
künftig im Vorteil.



Willkommen im **BUSINESS** der digitalen Schnittstellen

Digitalisierung. Können Sie dieses Wort noch hören? Ich hoffe es. Denn zur Abwechslung gibt es einmal gute Nachrichten: Das Handwerk ist bei der Digitalisierung weiter, als viele bislang gedacht haben. Das ist gut so. Die Quelle für diese Feststellung liefert eine von der Nürnberger DATEV und uns gemeinsam konzipierte und im Januar dieses Jahres durchgeführte Umfrage unter 501 repräsentativ ausgewählten Handwerksbetrieben über alle Gewerke hinweg (ab Seite 44 stellen wir die Ergebnisse vor).

Das ist deshalb eine gute Nachricht, weil sich überall die Hinweise verdichten, dass sich unsere Wirtschaft immer stärker in einen digital vernetzten Markt verwandelt: Unternehmen kommunizieren untereinander zunehmend digital. Mit ihren Lieferanten (dort ist es schon am deutlichsten zu sehen), mit den Vorgewerken, den Planern (wie etwa Architekten), Steuerberatern. Aber auch mit Kunden. Etwa über Social Media oder WhatsApp. Die Schnittstellen werden digital. Und wer die Standards – die technologischen genauso wie die sozialen – dieser Schnittstellen nicht beherrscht, wird an dem Datenaustausch nicht teilnehmen können. Und wer die Daten seiner Auftraggeber oder Projektpartner nicht mehr lesen kann, ist draußen. Aber davon ist das Handwerk – zum Glück – weit entfernt.

EU-Datenschutzgrundverordnung. Die erwähnte Studie hat übrigens auch ans Licht gebracht, dass sich viele Betriebe noch gar nicht auf die neue EU-Datenschutzgrundverordnung eingestellt haben, deren Übergangsfrist am 25. Mai endet. Nun ist es höchste Zeit. Deshalb haben wir in unserer Titelgeschichte (ab Seite 18) zusammengetragen, was Sie in den nächsten Wochen noch regeln müssen – falls Sie das nicht schon längst erledigt haben.

Eine anregende Lektüre wünscht



Olaf Deininger, Chefredakteur



**Deutsche Handwerker
Berufsunfähigkeitsversicherung**

Sicheres Einkommen bei Berufsunfähigkeit

**Deutsche Handwerker Berufs-
unfähigkeitsversicherung: Top-
Schutz mit optimaler Absicherung**

- Schnell und unbürokratisch im Leistungsfall
- 100 % Leistung in allen BU-Fällen
- Ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis

**10 % Nachlass für Existenz-
gründer in den ersten
3 Jahren**



Weitere Infos:
www.muenchener-verein.de/bu

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT
GmbH & Co. KG

1. PLATZ

**Versicherer
des Jahres**

Kundenbefragung
Juni 2017
44 Anbieter

www.disq.de
Privatwirtschaftliches Institut



münchener verein
partner der versorgungswerke
Handwerk. In besten Händen.

INHALT

handwerk magazin
04 / 2018



26 AKTIV IM AUSLAND: RAIMUND FISCHER



38 MARKETINGSTRATEGIEN: DIE DIETZES



54 GESUNDHEITSVORSORGE: FÜRS TEAM

MARKT & CHANCEN

26 EXPORTCHANCE SCHWEIZ

Markt-Analyse Die Schweiz ist für deutsche Handwerker attraktiv. So erobern Sie den Exportmarkt trotz Bürokratie-Barrieren.

30 DIE GROSSERN ESSEN DIE KLEINEN AUF

Branchencheck Im Bäckerhandwerk geht der Konzentrationsprozess weiter. Insgesamt steigen die Umsätze.

32 MITARBEITER RICHTIG FÜHREN

Interview Schreinermeister und Buchautor Udo Hermann erklärt, wie man Betriebe erfolgreich strukturiert.

36 MELDUNGEN

Ländlicher Raum / Metallhandwerk / Elektrohandwerke / Bauwirtschaft / Markt-Studien

BETRIEB & MANAGEMENT

38 BEWERTUNGSPORTALE NUTZEN

Serie New Marketing Wie Bewertungsportale für Betriebe funktionieren und wie man sie für Marketing nutzen kann.

44 DIGITALISIERUNG IM BÜRO

Studie Kaufmännische Abläufe werden im Handwerk zunehmend digital erledigt, doch es gibt auch Problemfelder.

48 HIER DROHEN FAHRVERBOTE

Übersicht Nach dem Diesel-Urteil: Wo Straßen gesperrt werden, wie Ausnahmen für Handwerker aussehen können.

50 SCHUB IN DIE DIGITALE NEUZEIT

Franchise-Check Das System „Bauen + Leben“ eignet sich für Betriebe mit einem Baufachhandel.

52 MELDUNGEN

Abonnent des Monats / Fachkräfte / Onlinemarketing / Mitarbeiter / Neue Studien und Umfragen

FINANZEN & VERSICHERUNGEN

54 BESTE BEHANDLUNG

Angebots-Check Was Sie Ihren Mitarbeitern über eine betriebliche Krankenzusatzversicherung anbieten können.

58 ARM IM ALTER

Analyse Die meisten Handwerksunternehmer erwarten eine geringe Rente. Eine Pflichtversicherung würde helfen.

60 GELDREGEN FÜR MUTIGE AKTIONÄRE

Anlagetipp Wenn Unternehmen Gewinne ausschütten, sollten Privatanleger mitmischen, aber mit Bedacht.

62 MELDUNGEN

Finanzspiegel / Finanzierungsmonitor / Bürgschaftsbank / Alternative Finanzierung / Anlegertipp / Förderbank Bayern



TITELTHEMA

18 DATENSCHUTZGRUNDVERORDNUNG

Checkliste So erfüllen Sie jetzt noch alle rechtlichen Anforderungen.

»Ein Betrieb, der ohne Chef nicht funktioniert, hat keinen Wert.«

Udo Hermann,

Unternehmer, Coach, Buchautor im Interview.



64 STEUERSPARER: DIE FREUDLINGS

STEUERN & RECHT

64 SO GEHT DER FISKUS LEER AUS

Beispielrechnung Die Gemeinden kassieren bei der Gewerbesteuer kräftig ab. So zahlen Sie möglichst wenig.

68 AUF ABMAHNUNGEN REAGIEREN

Serie Urheberrecht So kommen Sie möglichst ungeschoren aus dem Klammergriff von Abmahn-Anwälten.

72 KÜNDIGUNG ERSCHWERT

Urteil des Monats Verwertungskündigungen von Mietern werden nach einem Urteil künftig schwerer.

74 MELDUNGEN

Beleidigung / Immobilienanzeigen / Schmerzensgeld / Umsatzsteuer / Befristung

STANDARDS

- 5 EDITORIAL
- 8 ONLINE EXKLUSIV
- 10 BETRIEB DES MONATS
- 11 TRENDS
- 76 PRIVAT
- 78 AKTIONEN
- 79 HISTORISCHER HANDWERKER
- 80 DIALOG
- 82 VERBÄNDE
- 83 IMPRESSUM/VORSCHAU
- 84 AUSFAHRT

ONLINE-ERGÄNZUNGEN

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

ONLINE-LEGENDE



Themen-seite



Video



Download



Bilder-galerie



Rechner



Analyse/Umfrage

NEWSLETTER

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

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



Wir suchen Deutschlands beste Ausbilder, damit sie Anerkennung und Nachahmer finden:

Wir suchen Unternehmen, die

- sich in Sachen Ausbildung außergewöhnlich engagieren, ihre Auszubildenden überdurchschnittlich fördern,
- neue oder kreative Wege gehen,
- auch Jugendlichen eine Chance geben, die eine besondere Förderung brauchen,
- besonders begabte Jugendliche intensiv fördern.

Wir suchen Initiativen, Institutionen und Schulen, die

- einen Beitrag zur Schaffung neuer Ausbildungsplätze leisten,
- Jugendliche in besonderer Weise dabei unterstützen, den Weg ins Berufsleben zu finden.

Machen Sie mit! Ihre Teilnahme ist wichtig!

Ihr Online-Bewerbungsformular, wie auch weitere Informationen, finden Sie unter www.ausbildungsass.de

Einsendeschluss: 31. Juli 2018



Udo Herrmann gibt in seiner neuen Kolumne Tipps für eine bessere Betriebsorganisation.

Besser ORGANISIEREN

In der neuen Kolumne „Endlich alles im Lot! Mehr Freiraum und Erfolg durch bessere Organisation“ gibt Udo Herrmann ab April 2018 monatlich Tipps, wie Sie Ihren Betrieb besser organisieren können. Der Schreinermeister und Erfolgstrainer greift dabei auf Lösungen und Hilfsmittel zurück, die er über Jahre hinweg gesammelt und optimiert hat.

KOLUMNE HilFT HANDWERKSCHEFS: In einer Zeit mit vielen Veränderungen unterstützt Sie Udo Herrmann, bei vielfältigsten Herausforderungen wie Fachkräftemangel, Haftungsrisiko oder Digitalisierung den Überblick zu behalten.

ARBEITSHILFEN UND CHECKLISTEN: Konkret erwarten Sie nützliche Tipps rund um eine bessere Unternehmensorganisation und Arbeitshilfen (z. B. ausgefüllte Ankreuzformulare) sowie Checklisten (z. B. Ladechecklisten), die einfach und sofort im Betriebsalltag einsetzbar sind.



Folge 1: „Nur nicht den Überblick verlieren!“

Zum Start verrät Udo Herrmann in seiner Einführung, wie man trotz großer Hindernisse den Überblick behält.
www.handwerk-magazin.de/udoherrmann



Aktuelle Aktionen und Umfragen: JETZT MITMACHEN!



TESTFAHRER: Sie sind Handwerksunternehmerin oder -unternehmer? Sie haben in Ihrem Fuhrpark Transporter? Dann sollten Sie sich als Testfahrerinnen oder -fahrer für den „Deutschen Nutzfahrzeugpreis 2018“ bewerben! Teilnahme-schluss ist der 20. April 2018.
handwerk-magazin.de/nutzfahrzeugpreis



TOP GRÜNDER: handwerk magazin sucht die besten Gründer und Nachfolger aus dem Handwerk. Bewerben Sie sich, es lohnt sich, denn es gibt insgesamt 17.000 Euro zu gewinnen. Bewerbungsschluss: 30. Juni 2018.
handwerk-magazin.de/top-gruender



ERP-ANWENDER: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer ERP / Business Software? Welchen Nutzen bringt Ihnen die ERP-Unterstützung? Wie entwickeln sich ERP-Einsatz und -Markt? Bis 29. Juni 2018 können Sie sich als ERP-Nutzer an einer Praxisstudie der Trovarit AG beteiligen.
handwerk-magazin.de/erp-studie

NEWSletter



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



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

**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.

Tischlermeister Mathias Scheffel:

Die Hocker von EINZ30 sind Unikate mit Erbstückcharakter.



Wurzeln mit **NEUEN TRIEBEN**

Für Tischlermeister Mathias Scheffel ist Handwerk in der Region verwurzelt. Seine Marke EINZ30 steht für Möbel mit eigener Identität und zeigt das Potenzial seines Gewerks.

Tischlermeister Mathias Scheffel gründete 2016 sein Unternehmen „mit einer klaren Vision“, wie der 38-Jährige betont. Sein Ziel: regionales Leben und Handwerk unter einem Dach zu vereinen. Sein Holzwerkhof soll künftig Handwerk, Café und Obdach, eine kleine Pension, auf einem Grundstück bieten. Auf dem Gelände des über 150 Jahre alten Bauernhauses, dem Holzwerkhof in Kraftsdorf mitten im Erlbachtal in Thüringen, fertigt der Handwerker Möbelstücke wie Tische aus regionalem Massivholz, Sideboards oder Sitzmöbel.

Sein Augenmerk gilt seiner Heimat Thüringen, der Region, in der er zu Hause ist und arbeitet: „Mit meiner Marke EINZ30 möchte ich die regionale Identität und das Bewusstsein für das traditionelle Handwerk stärken“, erklärt der Tischlermeister, der einen Auszubildenden beschäftigt. EINZ30 steht für „Unikate mit Erbstückcharakter“, führt der Handwerker aus. Ein gutes Beispiel dafür ist sein Hocker aus unbehandeltem Kirschholz, den der Tischlermeister mit speziellen Werkzeugen herstellt.



Von der Idee über das Design bis zur Herstellung – Scheffel bietet seinen Kunden „ein Projekt aus einer Hand“. „Holz ist Teil meiner Heimat und in hohem Maße identitätsstiftend für das Thüringer Holzland“, so der junge Unternehmer.

Mit Sorgfalt sucht der Handwerker mit seinen Kunden die passende Holzart für das geplante Möbelstück aus. Scheffel bevorzugt dabei hochwertige heimische Holzarten wie Kirsche, Eiche, Esche oder Ulme. Nach der gemeinsamen Planung bearbeitet der Tischlermeister das Massivholz mit höchster Präzision, bevor über einen Zeitraum von oft mehreren Wochen unverwechselbare, langlebige Einzelstücke entstehen, die dann „den individuellen Qualitätsanspruch des Kunden erfüllen“.

coh



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

TRENDS DES MONATS

ORTSTERMIN: „WAR DA WAS?“

FRAUEN-TAGUNG auf der IHM

Bei der zweiten Frauen-Fachtagung auf der IHM 2018 sprach Sabine Asgodom, Coach und Autorin, über entscheidende Faktoren, um einen Handwerksbetrieb partnerschaftlich zu führen. Hier die wichtigsten Punkte:

1 Aufgaben trennen: Chef und Chefin müssen ihre Rollen im Betrieb klar definieren: Wer ist wofür verantwortlich? Klare Aufgabentrennung: Keiner darf dem anderen in seinen Geschäftsbereich „hineinregieren“.

2 Respekt zeigen: Entscheidungen vom Chef oder der Chefin werden im Betriebsalltag von den Mitarbeitern und von den Kunden nur respektiert, wenn man sich nicht gegenseitig ausspielen lässt. Diskussionen und kontroverse Auseinandersetzungen des Unternehmerpaares finden grundsätzlich unter vier Augen statt.



Als Ehepartner einen Betrieb zu führen, funktioniert nur mit klaren Regeln für beide Seiten.

3 Grenzen akzeptieren: Für die partnerschaftliche Führung bedarf es einer klaren gemeinsamen Linie. Die beste Basis dafür ist Ehrlichkeit gegenüber dem Partner, auch was Ansprüche und Ängste angeht. Wenn man sich auf Gewaltenteilung im Betrieb geeinigt hat, müssen die jeweiligen Grenzen akzeptiert werden.

30%

der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) exportieren Waren oder Dienstleistungen überwiegend ins EU-Ausland, so eine aktuelle Studie von KfW-Research. Viele Chancen blieben hier ungenutzt.



VW soll einem Kunden seinen Tiguan ersetzen.

beseitige. Das Urteil könnte weitreichende Konsequenzen haben. Laut Meinungsforschungsinstitut YouGov würden 53 Prozent einen Gang vor Gericht erwägen, um den Autobauer auf Rücknahme des Dieselwagens zu verklagen.

DIESEL

VW muss Auto ersetzen

Das Landgericht Hamburg verurteilte die Volkswagen Automobile Hamburg dazu, einem Kunden seinen alten VW Tiguan mit Dieselmotordurch einen neuen zu ersetzen, obwohl VW eine neue Software installierte. Das Gericht war der Meinung, dass ein Software-Update nicht den Mangel

rm



ATU
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/Gesamtlauflistung 60.000 km. Gilt für Fahrzeuge nicht älter als 6 Monate. Preis zzgl. MwSt. Mtl. 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., DGUV 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-Unger 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.

KOLUMNE
»SO SIEHT'S AUS!«



Reinhold Mulatz
handwerk-magazin-CvD

Afrika ist nicht so weit weg

Wie können deutsche Handwerker Afrika helfen, mag sich manch einer denken, dem der Kontinent zu fern und seine Probleme zu groß erscheinen. Doch das Forum „Handwerk in Afrika: Unsere Verantwortung für die nächste Generation“, veranstaltet vom Zentralverband des Deutschen Handwerks auf der Internationalen Handwerksmesse in München, zeigte, wie Hilfe möglich ist.

Da schilderte Dr. Auma Obama, Germanistin und Halbschwester des früheren US-Präsidenten, eindrucksvoll, woran es in allen Ländern Afrikas fehle: an gut ausgebildeten Handwerkern. Und da kann das deutsche Handwerk wertvolle Hilfe leisten. Dann berichtete Andreas Stemberg, voller Leidenschaft, wie er mit den Mitarbeitern seiner Solar- und Gebäudetechnik in Lage seit vielen Jahren in Mosambik ganz praktische Hilfe beim Aufbau von Wasser- und Stromversorgung leistet.

Die gesellschaftliche Verantwortung des Handwerks ende nicht an unseren Landesgrenzen, sagte Handwerkspräsident Hans Peter Wollseifer. Recht hat er. Und wäre es nicht ideal, wenn das Handwerk dazu beiträgt, Fluchtursachen der afrikanischen Bevölkerung vor Ort zu bekämpfen? Stemberg und viele seiner Handwerkskollegen machen das schon, es könnten aber durchaus noch mehr sein. **Reinhold Mulatz**

»Das Wirtschaftsministerium sollte künftig Ministerium für Mittelstand und Energie heißen.«

Mario Ohoven, Präsident des Bundesverbandes der mittelständischen Wirtschaft (BVMW). Seine Begründung: Über 99 Prozent aller Unternehmen in Deutschland seien mittelständisch.

STELLENMARKT

Weiter große NACHFRAGE

In den vergangenen Monaten wurden in allen Ausbildungsberufen des Handwerks 1.649.656 neue Stellen online ausgeschrieben. Dies entspricht einem Wachstum von 33 Prozent in den letzten zwölf Monaten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Das hat die Plattform „Joblift“ analysiert. Die meisten Stellenangebote aller Handwerksbranchen kommen aus dem Lebensmittelbereich mit durchschnittlich 47 Prozent mehr neuen Stellen in den letzten zwölf Monaten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Gleichzeitig konnten Vakanzen erst nach 41 Tagen besetzt werden, was auf einen deutlichen Mangel an Bewerbern hinweist. **rm**



Das Handwerk schreibt immer mehr Ausbildungsstellen online aus.

PRESSESCHAU: DAS HANDWERK IN DEN MEDIEN

»Wie ehrlich sind HANDWERKER?«

SWR»» HANDWERKER IM TEST: WIE GUT ARBEITEN DIE PROFIS?

13. März 2018 – Unsachgemäß reparierte Kaminöfen können schnell zur Kohlenmonoxid-Falle werden. SWR-Marktcheck beobachtet Handwerker mit versteckter Kamera bei der Arbeit (verfügbar über die ARD-Mediathek).

ZEITUNG ONLINE DEM HANDWERK FEHLEN DIE CHEFS

04. März 2018 – „In den nächsten fünf bis sechs Jahren sind es 200.000 Unternehmen, die zur Übergabe anstehen“, sagt Holger Schwannecke, Generalsekretär des ZDH. „Das ist ein Riesenthema für die Handwerkskammern.“



kebeleins

WIE EHRlich SIND DEUTSCHLANDS HANDWERKER?

27. Februar 2018 – Wer kein Heimwerkerkönig ist, muss fast zwangsläufig auf berufliche Handwerker zurückgreifen. Doch wie professionell sind die wirklich? Peter Giesel macht den Test, wie ehrlich Deutschlands Handwerker sind!



DER LOHN DER HANDWERKER STAGNIERT

14. März 2018 – Arbeitnehmer im Handwerk verdienen mit 3.217 Euro brutto im Monat gut ein Fünftel weniger als Beschäftigte in anderen Sektoren der Volkswirtschaft, wie eine Studie des Instituts für Mittelstand und Handwerk der Uni Göttingen zeigt.

MEIN LIEBLINGSWERKZEUG

»Präzise Verlängerung der eigenen **FINGER**«



Uhrmachermeisterin Petra Schmittbiel in ihrer Werkstatt in Aubing, München, bei der Feinarbeit.

Petra Schmittbiel machte ihre Leidenschaft fürs technische Handwerk zum Beruf: Seit 1987 arbeitet die selbstständige Uhrmachermeisterin in Aubing bei München hauptsächlich für private Kunden und im Auftrag von Einzelhandelsgeschäften. 1990 stieg ihr Mann Dominique Schmittbiel als Uhrmacher in den Betrieb ein. Petra Schmittbiel ist spezialisiert auf Taschen- und Armbanduhren, ihr Mann auf Groß- und Standuhren. „Die Aufteilung hat sich aus unseren beruflichen Erfahrungen so ergeben“, erklärt die Unternehmerin. Für die präzise Feinarbeit an Taschen- und Armbanduhren sind ihre alltäglichen Lieblingswerkzeuge in der Werkstatt verschiedene Pinzetten. „Jeder Uhrmacher schleift sich seine Pinzetten so zurecht, wie er sie braucht. Für mich ist das eine wichtige Verlängerung der Finger“, sagt Petra Schmittbiel. Einmal im Jahr werden sie dann durch neue Werkzeuge ersetzt. Über den Großhandel kosten die Pinzetten zwischen 20 und 30 Euro. Am liebsten arbeitet die Uhrmachermeisterin an mechanischen Chronographen und Handaufzugsuhr.

uhrenreparatur-muenchen.de

coh

Foto: Tanja Kernweiss

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

INTERVIEW



Daniel Golz,
Haar-Blogger, Friseurmeister,
Haarstylist aus Bremen.

»Ich setze auf absolute Ehrlichkeit!«

Ihre Social-Media-Fan-Base wird immer größer: 100.000 Fans bei Facebook, bei Instagram mehr als 30.000 und bei YouTube rund 20.000. Was ist das Erfolgsgeheimnis von Daniel Golz?

Golz: Das größte und wichtigste Erfolgsgeheimnis hinter meiner Arbeit ist hundertprozentige Ehrlichkeit gegenüber meinen Fans: über den Beruf, über das Leben eines Friseurs, über das Ergebnis für eine Kundin. Ich setze auf all meinen Kanälen auf hundertprozentige Ehrlichkeit. Nichts ist gelogen oder gefakt. Alles ehrlich.

Wie wichtig sind Facebook, Instagram und Co. für Friseure?

Golz: Die sozialen Netzwerke werden definitiv immer wichtiger. Das habe ich bereits vergangenes Jahr prophezeit, und gerade in diesem Jahr bewahrheitet es sich. Für einen Friseur ist es inzwischen einfach unerlässlich, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Man muss was im Internet tun, damit man sich überhaupt in dem heutigen Markt positionieren kann.

Drei Tage Urlaub im Funkloch: Herrlich oder Horror?

Golz: Ich glaube das wäre wirklich mal richtiger Urlaub. Zwar erzwungen, aber: Urlaub.

ENERGIEEFFIZIENZNETZWERKE

ZWEI NEUE aus dem Handwerk

Acht Handwerksbetriebe aus dem Landkreis Saarlouis im Saarland haben das sich zum Netzwerk „EnEffNetz Handwerk Landkreis Saarlouis“ zusammengeschlossen, um Betriebe künftig in Sachen Energieeffizienz besser zu beraten. Das Netzwerk besteht aus Handwerksbetrieben unterschiedlicher Gewerke: von Heizung, Sanitär, Klima über Elektro, Gebäudereinigung, Kraftfahrzeuge, Betonstein- und Terrazzohersteller bis hin zum Maler und Lackierer.

Seit Ende 2014 engagiert sich der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) in der „Initiative Energieeffizienz-Netzwerke“ (IEEN). Gemeinsames Anliegen aller an dieser Initiative beteiligten ist es, bis 2020 die Gründung von insgesamt 500 Effizienznetzwerken von Unternehmen zu initiieren. Unter-



Bis 2020 sollen 500 neue Netzwerke entstehen.

stützt wird die Initiative neben der deutschen Wirtschaft auch von der Bundesregierung. Auch in Nordrhein-Westfalen gibt es ein neues Effizienz-Netzwerk im Handwerk. Zehn Essener Unternehmerfrauen haben das erste Mobilitätsnetzwerk gegründet. Sie möchten zeigen, dass jeder Betrieb einen Beitrag dazu leisten kann, dass die Verkehrsprobleme, wie Staus und Feinstaubbelastung langfristig überwunden werden können. **rm**

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

AZUBIS erfolgreich online ködern

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.



#SVEN STERZ Mitte Februar machte der Glasermeister Azubis ein Angebot: Bargeld bei „befriedigenden“ Noten, die Übernahme von Reisekosten zur Berufsschule und eine garantierte Festanstellung nach bestandener Gesellenprüfung. 8.500 neue Facebook-Abonnenten und mehr als drei Millionen Klicks später erhielt er 27 Bewerbungen für seine beiden Ausbildungsplätze.



#STEFFEN SCHÜTZE Der Chef der Metzgerei Hack zeigt Einsatz für die im März stattfindende Metzger-Weltmeisterschaft in Belfast. Dort stellt sich „The Butcher Wolf Pack – WBC Team Germany“ elf Teams aus Irland, den USA, Italien und Co. Schütze ist seit Februar Mitglied bei den Fleischwölfen. Dazu postete er Mitte Februar ein Facebook-Video, das inzwischen mehr als 5.000 User klickten.



#STEFAN BOHLKEN Der Fliesenleger kämpft weiter für die Meisterpflicht in seinem Gewerk – jetzt soll eine Online-Petition mit 50.000 Unterschriften die Politik von Bohlkens Anliegen überzeugen. Wenn es klappt, wäre die Online-Petition nicht sein erster viraler Hit: Bereits 2017 sahen fast 400.000 Menschen sein Video zur Meisterpflicht.



#JÖRG MOSLER Im März erschien Moslers neues Buch „Die Fachkräfte-Formel“ beim größten Online-Versandhändler. Der gelernte Dachdeckermeister ist heute Vortragsredner und Autor für das Handwerk, gibt Tipps, wie Handwerker dem Fachkräftemangel begegnen können. Seinen Erfolg feierte er – zeitgemäß – mit einem Post auf seiner Facebook-Seite.

INTERNET OF THINGS für alle

FASERN AUS SCHLEIM Wissenschaftler des Max-Planck-Instituts für Kolloid- und Grenzflächenforschung haben jetzt entdeckt, dass Stummelfüßer Polymermaterialien bilden. Um Beute zu fangen, schießen die wurmartigen Kleintiere mit einem klebrigen Sekret, das sich unter Krafteinwirkung zu festen Fäden versteift. Die Fäden lassen sich wieder auflösen und danach erneut bilden. Auf Basis des Prinzips dieser Polymerfasern lassen sich neuartige recycelbare Materialien synthetisieren. www.mpg.de



IOT-PLATTFORM FÜRS HANDWERK Das Kompetenzzentrum Digitales Handwerk in Koblenz hat eine neuartige „Internet-of-Things“-Plattform für kleine Betriebe entwickelt und auf der IHM 2018 erstmals vorgestellt. In der Pilotanwendung wurden internetfähige Feuchtigkeitssensoren an Lagerhölzern für den Möbelbau angebracht und so die unterschiedlichen Lagerstätten über ein spezielles weitreichendes WLAN mit dem Betrieb vernetzt. Dort können die Feuchtigkeitswerte jederzeit abgerufen werden, die Lagerstätten müssen nicht mehr regelmäßig zur Feuchtigkeitsmessung abgefahren werden. handwerkdigital.de

5,45

Millionen Menschen arbeiteten 2016 für das deutsche Handwerk. Das ergaben Berechnungen des Zentralverbands Deutsches Handwerk (ZDH), Berufsgenossenschaft (BG) Bau und Statista.



Energiedienstleistung Contracting:
Kosten und fachliche Planung auslagern.

CONTRACTING-KONGRESS 2018

Kosten auslagern bei **SANIERUNG**

Energetische Sanierungen helfen Gebäudeeigentümern dabei, Energie einzusparen und dauerhaft die Betriebskosten zu senken. Der hohe Kapitalbedarf für die Umsetzung solcher Maßnahmen schreckt allerdings viele Unternehmen, Kommunen und öffentliche Einrichtungen ab. Eine Möglichkeit, die Investitionskosten und die fachliche Planung auszulagern, bietet die Energiedienstleistung Contracting. Wie sich dieses Instrument nutzen lässt, zeigt in Stuttgart der 12. Contracting-Kongress des Kompetenzzentrums Contracting der KEA Klimaschutz- und Energieagentur Baden-Württemberg. *handwerk magazin* ist Medienpartner des Kongresses.

Termin: 14. Juni 2018, 9.30 bis 16.30 Uhr. Infos und Anmeldung: energiekompetenz-bw.de **rm**

BALL
OFFICIAL  STANDARD
Since 1891
Accuracy under adverse conditions
www.ballwatch.com

BESIEGE DIE
FINSTERNIS AUF
ALLEN EBENEN.



ENGINEER MASTER II AVIATOR

Revolutionäre Mikrogaslichttechnologie
Stoßfestigkeit 5,000Gs
Antimagnetisch bis zu 80,000A/m
Wasserdicht 10 bar

Vertrieb Deutschland & Österreich:

BOKSBERG GmbH

Tel. +49 (0)5066 697 6837 | Fax +49 (0)5066 697 6838

E-Mail: ball@boksberg.com | www.boksberg.com

STIMMUNG im Handwerk ist weiter gut

Die Geschäftsaussichten im Handwerk sind weiter positiv: 36,4 Prozent der Betriebe rechnen mit steigenden Umsätzen. Das ermittelte die Wirtschaftsauskunftei Creditreform in ihrem aktuellen Bericht „Wirtschaftslage und

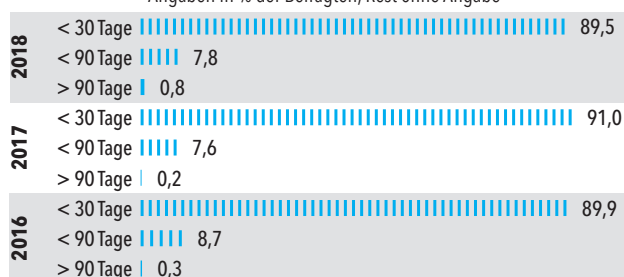
Finanzierung im Handwerk“. Auch mit dem Zahlungsverhalten der Kunden sind die Handwerksbetriebe zufrieden. Die Eigenkapitalquoten sind aufgrund der günstigen Konditionen am Kreditmarkt leicht gesunken. **coh**

ZAHLUNGSEINGÄNGE bei privaten und öffentlichen Kunden.

Mit der Zahlungsmoral ihrer privaten Kunden haben die deutschen Handwerksbetriebe nur noch selten Probleme. Fast neun von zehn Befragten (89,5 Prozent) gaben an, dass Rechnungen üblicherweise innerhalb von 30 Tagen bezahlt werden.

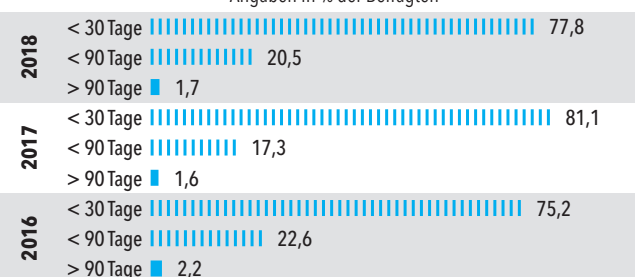
Zahlungseingänge bei privaten Kunden

Angaben in % der Befragten, Rest ohne Angabe



Zahlungseingänge bei öffentlichen Kunden

Angaben in % der Befragten



FORDERUNGSVERLUSTE nach Gewerken

Zwar blieb das Handwerk nicht von Forderungsausfällen verschont, allerdings sind größere Verluste selten geworden.

Gewerk	keine	bis 0,1%	bis 1,0%	über 1,0%
Bauhauptgewerbe	14,9 (12,9)	27,7 (29,1)	39,8 (43,5)	14,9 (11,7)
Ausbauhandwerk	13,4 (11,6)	35,7 (35,4)	38,8 (37,0)	9,2 (12,8)
Metallhandwerk	22,9 (22,8)	35,1 (31,5)	28,2 (37,0)	7,6 (7,9)
Kfz-Handwerk	5,0 (5,4)	42,9 (41,1)	42,0 (40,4)	8,4 (11,6)
Nahrungsmittelhandwerk	20,8 (14,7)	45,8 (50,0)	25,0 (32,3)	4,2 (0,0)
personenbezogene Dienstleistungen	8,2 (21,2)	34,7 (28,8)	42,8 (38,4)	12,2 (7,7)
sonst. Handwerk*	28,0 (11,9)	32,0 (43,3)	32,0 (34,3)	2,0 (7,5)
Gesamt	14,7 (12,9)	34,6 (32,6)	37,5 (38,9)	10,0 (11,0)

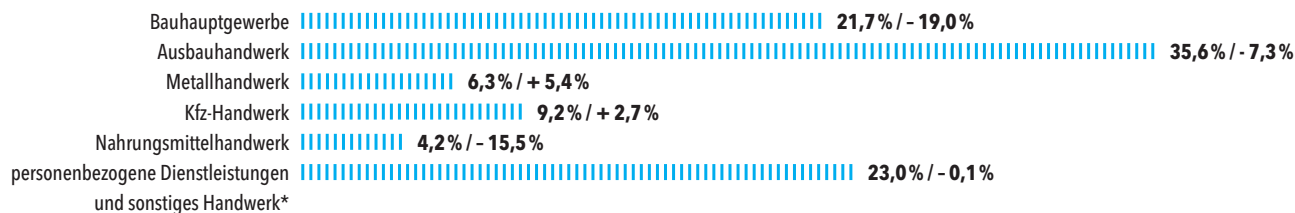
EIGENKAPITAL nach Gewerken

22,5 Prozent der Handwerksbetriebe verfügen über eine solide Eigenkapitalquote von über 30 Prozent.

Gewerk	keine	bis 0,1%	bis 1,0%	über 1,0%
Bauhauptgewerbe	14,9 (12,9)	27,7 (29,1)	39,8 (43,5)	14,9 (11,7)
Ausbauhandwerk	13,4 (11,6)	35,7 (35,4)	38,8 (37,0)	9,2 (12,8)
Metallhandwerk	22,9 (22,8)	35,1 (31,5)	28,2 (37,0)	7,6 (7,9)
Kfz-Handwerk	5,0 (5,4)	42,9 (41,1)	42,0 (40,4)	8,4 (11,6)
Nahrungsmittelhandwerk	20,8 (14,7)	45,8 (50,0)	25,0 (32,3)	4,2 (0,0)
personenbezogene Dienstleistungen	8,2 (21,2)	34,7 (28,8)	42,8 (38,4)	12,2 (7,7)
sonst. Handwerk*	28,0 (11,9)	32,0 (43,3)	32,0 (34,3)	2,0 (7,5)
Gesamt	14,7 (12,9)	34,6 (32,6)	37,5 (38,9)	10,0 (11,0)

INSOLVENZEN im Handwerk nach Gewerken

Die Pleiten im Handwerk entwickelten sich auch im Jahr 2017 rückläufig. 4.250 Unternehmen meldeten Insolvenz an. Das entsprach einem Minus von 7,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (4.570 Insolvenzen).



Quelle: Creditreform Datenbank; () = Vorjahresangaben; *u. a. Gebäudereiniger, Raumausstatter, Schornsteinfeger



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



LAST CALL: Jetzt noch schnell reagieren!

Durch die EU-Datenschutzgrundverordnung wird das alte Bundesdatenschutzgesetz internationalen EU-Bestimmungen angepasst. Die letzte Übergangsfrist für die neuen Vorgaben endet am 25. Mai 2018. So erfüllen Sie in letzter Sekunde alle **Anforderungen**.

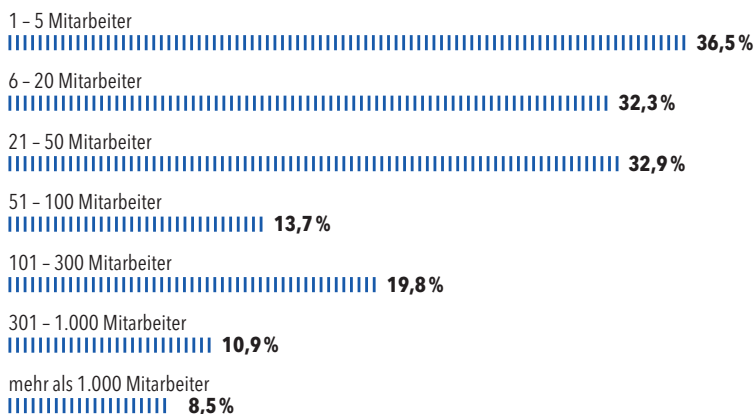
Autoren **Hartmut Fischer & Ramón Kadel**

Studie Handlungsbedarf bei kleineren Betrieben

In unserer Studie zu kaufmännischen Prozessen im Handwerk in Zusammenarbeit mit der DATEV eG (Siehe „DATEV-Studie“, Seite 44) haben wir auch die

Bekanntheit der EU-Datenschutzgrundverordnung abgefragt. Ergebnis: Vor allem in kleineren Betrieben ist die DSGVO immer noch etwa zu einem Drittel unbekannt.

Haben Sie schon von der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) gehört? So viele Chefs antworteten mit „nein“:



Quelle: handwerk magazin, DATEV eG

Z

Zunächst eine kleine Beruhigungspille: Letztlich sind die Auswirkungen der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) gar nicht so gravierend, wie es im ersten Moment scheint. Da Deutschland bereits ein sehr strenges Datenschutzrecht auf Basis des alten Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) hat, haben Sie, wenn Sie sich bisher an alle Regeln gehalten haben, bereits den größten Teil der Vorgaben der neuen DSGVO erfüllt.

Trotzdem lauern mit der neuen Verordnung einige Tücken auf Handwerksunternehmer. Wer die DSGVO nicht beachtet und alles beim Alten lässt, läuft Gefahr, hohe Strafen und Sanktionen zu kassieren (siehe Übersicht, Seite 24) – das gilt für alle Betriebsgrößen. Wenn >



»Für die Veröffentlichung von Mitarbeiter-Daten bedarf es einer Einwilligung in Schriftform.«

Jens Köhler, Fachanwalt für Arbeitsrecht in Köln mit Spezialisierung auf Handwerksunternehmen, Verbände und Institutionen.

Sie die folgenden Aspekte beachten, sind Sie aber für das nahende Ende der Übergangsfrist am 25. Mai 2018 gut vorbereitet und haben keine bösen Überraschungen zu befürchten:

DATENSCHUTZBEAUFTRAGTER NUR BEI GRÖßEREN UNTERNEHMEN

Nach der DSGVO (Art. 37) ist die Bestellung eines Datenschutzbeauftragten bei nicht öffentlichen Stellen nur notwendig, wenn die Kerntätigkeit des Unternehmens in der Verarbeitung besonders sensibler Daten (z. B. Gesundheitsdaten) oder in einer systematischen Überwachung von betroffenen Personen besteht. Hier sollten also die Gesundheitsgewerke wie Optiker, Hörgeräteakustiker oder Orthopädiemechaniker genauer hinschauen.

Da die Verordnung aber im gleichen Artikel den Mitgliedstaaten das Recht auf weitere, ergänzende Bestimmungen einräumt, gilt in Deutschland zusätzlich,

dass ein Datenschutzbeauftragter notwendig wird, wenn sich „in der Regel mindestens zehn Personen ständig mit der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten beschäftigen“ (§ 38 BDSG-neu). Eine automatisierte Verarbeitung von Daten liegt vor, wenn die Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten unter Einsatz von Datenverarbeitungsanlagen erfolgt. Das sind in erster Linie Computer, Server oder

Smartphones, es können aber auch Kopierer sein, wenn sie, wie heute üblich, über ein Speichermedium verfügen. Das heißt im Klartext: Kleinstbetriebe mit weniger als zehn Mitarbeitern sind per se nicht betroffen, bei größeren Unternehmen kommt es auf die Zahl der Mitarbeiter an, die sich ständig mit automatisierten Kundendaten befassen. Bei einer nicht automatisierten Datenverarbeitung liegt die Schwelle bei 20 Mitarbeitern.

Mitarbeiter Die wichtigsten DSGVO-Änderungen

Die Vorgaben der EU-Datenschutzgrundverordnung und dem dazu auf nationaler Ebene verabschiedeten Datenschutz-, Anpassungs- und Umsetzungsgesetz EU bringen eine neue Fassung des Bundesdatenschutzgesetzes in Deutsch-

land. Der auf Handwerksthemen spezialisierte Kölner Rechtsanwalt Jens Köhler fasst die wichtigsten Änderungen durch die EU-DSGVO, das DSAnpUG-EU und das BDSG-neu 2018 im Arbeitsrecht zusammen.

Mitarbeiter-Daten:

Bei jeglichen Mitarbeiterdaten, die auf der Homepage veröffentlicht werden, handelt es sich um „personenbezogene Daten“. In § 3 BDSG 2018 spricht man hier lediglich von der „Verarbeitung“ personenbezogener Daten. Darunter fallen neben der Website das Intranet, mobile Apps, Facebook, XING und Tweets. Hier muss der Mitarbeiter um Einwilligung gebeten werden. Ausnahme: Bei offiziellen Ansprechpartnern (Funktionsträgern) wie z. B. Kundenbetreuern bei Mängelinwendungen, Juristen oder Geschäftsführern ist die Veröffentlichung von „Basisdaten“ weiterhin ohne Einwilligung erlaubt (Geburtsdatum und Berufsabschluss sind keine Basisdaten).

Mitarbeiter-Fotos:

Nach § 22 KUG bedarf die Veröffentlichung von Fotos immer der Einwilligung der betroffenen Mitarbeiter.

Einwilligung des Mitarbeiters:

Die Einholung der Einwilligung des Mitarbeiters zur Verwendung seiner personenbezogenen Daten kann auf der Grundlage von Kollektivvereinbarungen intern erfolgen. Darüber hinaus bedarf nach § 26 Abs. 2 Satz 3 BDSG 2018 die Einwilligung zur Veröffentlichung von Mitarbeiter-Daten grundsätzlich der Schriftform. Dazu muss der Mitarbeiter in Textform über die konkrete Verwendung seiner Daten aufgeklärt werden. Die einzelnen Verwendungszwecke für die Daten müssen genau bezeichnet und aufgelistet werden. Wichtig: Alles sollte freiwillig geschehen – Sanktionen und Zwang bei Nichteinwilligung sind verboten.

Widerrufsrecht:

Aus Art. 7 III DSGVO ergibt sich, dass der Mitarbeiter vor Abgabe der Einwilligung auf sein jederzeitiges Widerrufsrecht hingewiesen werden muss. Dabei hat der Arbeitgeber die beschäftigte Person über den konkreten Verwendungszweck und das Widerrufsrecht in Textform hinzuweisen (neu in § 26 Abs. 2 4 BDSG 2018).

Beendigung des Arbeitsverhältnisses:

Nach dem Prinzip der Zweckbindung ist die Einwilligung des Mitarbeiters in der Regel auf den Zeitraum des Beschäftigungsverhältnisses beschränkt. Einen gesicherten Einwilligungsfortbestand gibt es nicht.

Am

25. MAI 2018

**endet die Übergangsfrist für die
EU-Datenschutzgrundverordnung. Danach
ersetzt die DSGVO in Form des neuen
Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG-neu)
die alte Fassung des BDSG.**

JEDERZEITIGES WIDERRUFSRECHT

Beim Verkauf von Waren oder Dienstleistungen im Handwerk spricht man von der Anbahnung beziehungsweise der Erfüllung eines Vertragsverhältnisses. Hierfür werden verschiedene Informationen über den Kunden benötigt, wie beispielsweise dessen Namen bzw. Ansprechpartner, seine Anschrift und die Telefonnummer. Für diese Daten brauchen Sie, wie bisher auch, grundsätzlich keine zusätzliche Erlaubnis zur Erfassung oder Verarbeitung. Für darüber hinausgehende Daten wie beispielsweise die E-Mail-Adresse, das Geburtsdatum oder Interessen, benötigen Sie aber die Einwilligung des Kunden. Brauchen Sie die Daten nicht mehr, müssen Sie sie löschen. Ausnahme: Sie dürfen Daten weiter speichern, wenn die Aufbewahrung aufgrund von Gesetzen notwendig ist (z. B. Steuerrecht, Handelsrecht).

Neu durch die DSGVO ist das jederzeitige Widerrufsrecht: In der Einwilligungserklärung des Kunden, dass beispielsweise seine E-Mail-Adresse oder sein Geburtsdatum gespeichert werden, müssen Sie nun unbedingt auf das jederzeitige Widerrufsrecht hinweisen. Diese Einwilligung kann elektronisch eingeholt werden. Allerdings ist es nicht erlaubt, eine Online-Einwilligungserklärung im Netz mit einem Häkchen zu versehen, sodass der Dateneigentümer in der Praxis der Einwilligung widersprechen und das Häkchen entfernen muss. Außerdem müssen Sie die Einwilligung dokumentieren. Ob Einwilligungen, denen nicht alle durch die DSGVO geforderten Informationen zugrunde liegen, neu eingeholt werden müssen, ist bei Experten noch umstritten. Die Klärung dieser Frage wird wohl wie so oft in den nächsten Jahren von Gerichten entschieden. Im Regelfall müssen

Sie den Dateneigentümer über folgende Punkte informieren:

- # Geschäftsanschrift: Wer erhebt beziehungsweise verarbeitet die Daten?
- # Datenschutzbeauftragter (falls notwendig): Wer ist der Datenschutzbeauftragte und wie ist er zu erreichen?
- # Grund für Datenverarbeitung: Warum werden die Daten erhoben? Sie müssen hierfür das berechtigte Interesse an der Erhebung beziehungsweise der Verarbeitung nachweisen.
- # Dritte: An wen werden die Daten eventuell weitergegeben? Hier kann es auch ausreichen, wenn lediglich die Kategorie der Empfänger genannt wird.
- # Die Dauer der Speicherung.
- # Die Rechte des Dateninhabers.
- # Rechtliche Grundlage: Die Grundlage der Datenerhebung, die sich aus Gesetzen sowie Verträgen ergibt, und die Folgen, wenn die Daten nicht zur Verfügung gestellt werden.
- # Informationspflicht für Kundenprofil: Sie haben eine spezielle Informationspflicht, wenn – eventuell auch mithilfe anderer, zusätzlicher Daten – ein Profil des Kunden erstellt wird.

Erheben Sie die Daten dabei direkt beim Eigentümer, muss er sofort informiert werden. Kommen die Daten über Dritte, wie beispielsweise Lieferanten oder Onlineportale, reicht eine spätere Information. Die Information kann theoretisch auch mündlich erfolgen, was aber aus Gründen der Beweissicherung nicht >

Kunden So sollten Sie mit Kundendaten umgehen

Das Bundesdatenschutzgesetz erlaubt ein Erheben, Speichern, Verändern oder Übermitteln personenbezogener Daten oder ihre Nutzung, wenn es um die

Erfüllung eigener Geschäftszwecke geht – alles, was darüber hinausgeht, führt zu komplizierten Maßnahmen, die Sie ergreifen müssen. Hier ein Überblick:

Daten, die der Erfüllung des Geschäftszwecks dienen:

Ein Handwerksbetrieb darf alle Daten in Absprache mit dem Kunden erfassen, die er benötigt, um seine Arbeiten zu erledigen (z. B. Maße des Raums, Adresse des Kunden). Diese Daten darf er nicht ohne Einwilligung des Kunden an Dritte weitergeben.

Speicherfrist:

Speichern darf der Betrieb die Daten so lange, bis der Auftrag erledigt ist. Will er sie in einer Datenbank archivieren, bedarf das einer Genehmigung.

Schriftliche Genehmigung:

Für alles, was die Erfüllung des Geschäftszwecks übersteigt, bedarf es der schriftlichen Einwilligung des Kunden – etwa, wenn der Betrieb die Kunden nach Abschluss der Arbeiten für Werbezwecke erneut kontaktieren möchte.

Kunden-Datenbank:

Will ein Betrieb die Daten seiner Kunden in einer Datenbank speichern oder ein Kundenprofil anlegen, muss er die Kunden darüber informieren und sich dies schriftlich genehmigen lassen. Dazu muss der Kunde unbedingt vorab über den Zweck sowie den Umfang der Verwendung seiner Daten und die Bedeutung seiner Einwilligung aufgeklärt werden.

Datengeheimnis:

Personen, die Kundendaten verarbeiten, sind bei Aufnahme ihrer Tätigkeit auf das Datengeheimnis zu verpflichten. Dieses besteht auch nach Beendigung ihrer Tätigkeit fort.

10

Personen müssen sich laut § 38 BDSG-neu ständig mit der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten beschäftigen, damit ein Datenschutzbeauftragter Pflicht wird.

zu empfehlen ist. Die Information kann in einigen Fällen auch ganz entfallen, beispielsweise wenn damit ein unverhältnismäßig hoher Aufwand verbunden wäre. Diese Ausnahme gilt jedoch nur, wenn die Daten nicht direkt beim Eigentümer erhoben wurden und dieser dazu die Möglichkeit hat, sich über allgemein zugängliche Wege zu informieren (beispielsweise auf Ihrer Website). Grundsätzlich muss der Dateneigentümer aber immer informiert werden, wenn seine Daten erhoben, verändert, gespeichert oder gelöscht werden.

ANSPRUCH AUF AUSKUNFT

Das Recht der Dateneigentümer auf Information ist durch die EU-Datenschutzgrundverordnung dahingehend erweitert worden, dass Kunden auch eine Auskunft auf elektronischem Weg verlangen können und einen Anspruch darauf haben, dass Sie ihnen eine Kopie der erhobenen Daten zur Verfügung stellen. Das Informationsrecht des Dateneigentümers umfasst dabei die Bekanntgabe, woher Sie seine Daten haben, wem die Daten zur Verfügung gestellt wurden, welchen Zwecken die Datenerhebung dient und wie lange die Daten bei der Erstellung eines Kundenprofils gespeichert werden.

Neu ist der Anspruch eines Dateninhabers auf Löschung seiner Daten. Bisher musste das Löschen von Daten immer von einem Gericht festgestellt werden. Nach der Datenschutzgrundverordnung hat der Dateninhaber jetzt aber ein Recht auf Löschung der Informationen, wenn die Notwendigkeit der Datenspeicherung weggefallen ist, der Dateninhaber seine Einwilligung zur Datenspeicherung oder -verarbeitung widerruft (siehe Absatz „Je-

derzeitiges Widerrufsrecht“) oder die Daten aufgrund von rechtlichen Vorgaben gelöscht werden müssen. Außerdem kann der Dateneigentümer verlangen, dass seine Daten korrigiert beziehungsweise ergänzt werden, wenn diese falsch oder unvollständig sind.

Allerdings gibt es auch Gründe, die eine Löschung von Daten verhindern. Beispielsweise wenn durch die Löschung höhere Rechtsgüter verletzt würden oder rechtliche Vorschriften und übergeordnete Interessen einer Löschung im Wege stehen. Für Sie als Handwerksunternehmer dürfte von besonderer Bedeutung sein,

dass Sie einer Löschung widersprechen können, wenn die Daten zur Bearbeitung von Rechtsansprüchen benötigt werden.

STRENGE REGELN BEI ONLINE-SHOPS

Betreiben Sie einen Online-Shop, kann der Dateneigentümer verlangen, dass seine Daten nicht für sogenannte „automatisierte Einzelfallentscheidungen“ herangezogen werden. Eine solche Entscheidung wäre beispielsweise die Ablehnung eines Auftrages aufgrund von diversen Kriterien, die automatisch, also ohne Einfluss einer natürlichen Person, erfolgt. Auch das Erstellen von Profilen zur Bestimmung

Datenschutzbeauftragter In diesen Fällen ist er nötig

Die EU-Datenschutzgrundverordnung regelt genau, wann ein Betrieb einen Datenschutzbeauftragten ernennen muss. Bei folgenden betrieblichen Vorausset-

zungen ist ein Datenschutzbeauftragter Pflicht (bei öffentlichen Stellen und Behörden ist ein Datenschutzbeauftragter obligatorisch):



Automatisierte Verarbeitung personenbezogener Daten:

Bei einer automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten, wie z. B. mit Computern, Servern, Smartphones oder modernen Kopierern mit Speichermedium muss ein Datenschutzbeauftragter ab zehn Mitarbeitern eingesetzt werden, die sich ständig mit der Verarbeitung personenbezogener Daten beschäftigen.



Nichtautomatisierte Verarbeitung personenbezogener Daten:

Arbeiten Handwerksbetriebe ausschließlich analog mit personenbezogenen Daten, ist ein Datenschutzbeauftragter ab 20 Mitarbeitern nötig, die sich ständig mit der Verarbeitung personenbezogener Daten beschäftigen.



Verarbeitung personenbezogener Daten mit Vorabkontrolle:

Betriebe, die personenbezogene Daten verarbeiten, die dazu bestimmt sind, die Persönlichkeit des Betroffenen zu bewerten, einschließlich seiner Fähigkeiten, seiner Leistung oder seines Verhaltens, müssen immer einen Datenschutzbeauftragten ernennen. Auch wenn beide genannten Schwellen unterschritten werden. Konkret geht es hierbei um die Verarbeitung von Gesundheitsdaten (wie etwa im Hörgeräteakustiker-Handwerk oder bei den Orthopädiemechanikern) oder wenn mit den Daten Persönlichkeitsprofile erstellt werden sollen.



Personenbezogene Daten für die Marktforschung:

Wenn personenbezogene Daten für die Markt- oder Meinungsforschung automatisiert verarbeitet werden, muss immer ein Datenschutzbeauftragter eingesetzt werden.



Überwachung von Personen:

Ein Datenschutzbeauftragter ist Pflicht, wenn die Kerntätigkeit eines Betriebs eine umfangreiche, regelmäßige und systematische Überwachung mit sich bringt.



Besonders sensible Daten:

Besteht die Kerntätigkeit eines Betriebs in der umfangreichen Verarbeitung besonders sensibler, personenbezogener Daten, ist ein Datenschutzbeauftragter ebenfalls nötig.

von bestimmten Käufergruppen kann zu „automatisierten Einzelfallentscheidungen“ gehören, beispielsweise wenn dabei Persönlichkeitsmerkmale wie Gesundheitszustand, Vorlieben, Hobbys, Interessen und Verhaltensmuster zugrunde gelegt werden. Außerdem müssen Sie offenlegen, ob und welche Cookies Sie einsetzen und ob die Seite getrackt wird. Wird dies von einem Dienstleister (wie z. B. etracker) übernommen, müssen hierzu Vereinbarungen über die Auftragsverarbeitung geschlossen werden. Befindet sich der Dienstleister außerhalb der EU, müssen Sie prüfen, ob die Datenweitergabe entsprechend der EU-Standardvertragsklauseln oder über „Privacy Shield“ abgesichert ist. „Privacy Shield“ sind Vereinbarungen zwischen der EU und den USA zur Angemessenheit des Datenschutzniveaus. Sollten Sie hiervon betroffen sein, setzen Sie sich umgehend mit Ihrem Provider in Verbindung.

Bei einem Internetauftritt, bei dem ebenfalls Daten erhoben und gespeichert werden, ist vor allem darauf zu achten, dass bei einer Datenverarbeitung auf einem fremden Server eine Vereinbarung über die Auftragsverarbeitung geschlos-

sen ist, da der IT-Dienstleister die Daten nur nach Ihrer Weisung verarbeiten darf. Liegen die Daten auf Ihrem eigenen Server, Sie nutzen dabei aber eine Cloud-Anwendung, ist zu klären, ob die Daten in Deutschland, in der EU oder in den USA gespeichert werden. Werden die Daten außerhalb der EU gespeichert, benötigen Sie eine gesonderte Grundlage und Einwilligung zur Übermittlung der Daten. Haben Dritte wie zum Beispiel ein Webdesigner die Möglichkeit, an die gespeicherten Daten heranzukommen, muss auch hier eine Vereinbarung über die Auftragsverarbeitung geschlossen werden.

REGELUNGEN FÜR LIEFERANTEN UND MITARBEITER

Die für die Abwicklung eines normalen Vertragsverhältnisses notwendigen Lieferanten-Daten müssen nicht zusätzlich vom Lieferanten genehmigt werden. Für Daten, die darüber hinausgehen und personenbezogen sind, muss jedoch eine Einwilligung eingeholt werden.

Bei Mitarbeitern ist die Sache etwas komplizierter: Werden die Daten der Mitarbeiter beispielsweise zur Lohnabrechnung außer Haus gegeben, muss mit dem

Empfänger (z. B. dem Steuerberater) ein Dienstvertrag geschlossen werden, der die weitergehende Nutzung der überlassenen Daten ausschließt. Erlauben Sie den Mitarbeitern die private Nutzung der Firmen-PCs, sollten Sie auf jeden Fall klare Vereinbarungen treffen, in denen geregelt wird, inwieweit die Rechner privat genutzt werden dürfen und dass die Einhaltung dieser Vereinbarungen überwacht werden darf. Da gerade die Prüfung der Einhaltung immer wieder zu rechtlichen und gerichtlichen Auseinandersetzungen führt, ist es jedoch im Zweifel ratsam, eine private Nutzung der Firmengeräte generell zu verbieten. Wird eine Vereinbarung getroffen, muss diese schriftlich erfolgen. Zusätzlich müssen Sie die Mitarbeiter auf die vertrauliche Behandlung der erhobenen beziehungsweise verarbeiteten Kundendaten verpflichten. Dies, wie auch eine angemessene Schulung bezüglich der Datenvertraulichkeit, muss unbedingt schriftlich dokumentiert werden. Was sich im Arbeitsrecht im Umgang mit Mitarbeitern durch die DSGVO ändert, haben wir für Sie in der Checkliste „Mitarbeiter“ auf Seite 20 zusammengefasst.

DOKUMENTATION NÖTIG

Nach der DSGVO muss jetzt auch ein „Verzeichnis für die Verarbeitungstätigkeiten“ angelegt werden. Folgende Punkte sind bei der Dokumentation festzuhalten:

Kontaktdaten: Name und Kontaktdaten des Verantwortlichen für die Datenerhebung und -verarbeitung. Außerdem die Kontaktdaten seines Stellvertreters und des Datenschutzbeauftragten (falls vorhanden). ➤

Tipp So finden Sie einen Datenschutzbeauftragten

Sie können einen Datenschutzbeauftragten in Festanstellung einstellen oder auf einen externen Berater zurückgreifen. Für KMU ist letzteres sicher praktischer - und günstiger. Die Datenschutzexperten übernehmen dabei für Unternehmen,

Vereine oder Freiberufler die Aufgaben gemäß den Bestimmungen des geänderten Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG 2018) nach EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Hier eine Übersicht, wo Sie geeignete Experten finden:

Berufsverband der Datenschutzbeauftragten Deutschlands e.V. (BvD):

Unter bvdnet.de/bvd-stellenboerse finden Sie zertifizierte Datenschutzbeauftragte für eine Festanstellung oder als externe Berater.

TÜV:

Auch der TÜV bietet mit seiner TÜV-Süd Sec-IT GmbH externe Datenschutzbeauftragte für Ihren Datenschutz (tuev-sued.de/fokus-themen/it-security/externer-datenschutzbeauftragter).

Datenschutz-Unternehmen:

Einige IT-Unternehmen haben sich auf Datenschutz spezialisiert und übernehmen mit ihren Experten die Rolle des externen Datenschutzbeauftragten. Beispiele sind die Intersoft Consulting Services AG (intersoft-consulting.de/datenschutzbeauftragter/externer-datenschutzbeauftragter), die ActiveMind AG (activemind.de/datenschutz/datenschutzbeauftragter) und mein-datenschutzbeauftragter.de der Herold Unternehmensberatung GmbH.

- # **Zweck:** Zu welchem Zweck werden die Daten erhoben beziehungsweise verarbeitet?
- # **Rechtsgrundlage:** Welche Rechtsgrundlage besteht für die Datenverarbeitung beziehungsweise -erhebung?
- # **Kategorisierung:** Sie müssen festhalten, nach welchen Kategorien Personen und personenbezogene Daten sowie die Empfänger der Daten festgehalten werden.
- # **Drittstaaten:** Werden Daten in Drittstaaten außerhalb der EU übermittelt, muss dies festgehalten werden.

- # **Zeiträume:** Zeiträume der Datenspeicherung beziehungsweise deren Löschfristen.
- # **Organisation:** Allgemeine Beschreibung Ihrer technischen und organisatorischen Maßnahmen zur Datensicherung.
- # **Sicherheitsmaßnahmen:** Wie wird verhindert, dass nicht berechtigte Personen auf die Daten zugreifen können? Wie wird das kontrolliert?
- # **Daten-Trennung:** Wie stellen Sie sicher, dass Daten nur zum vorgesehenen Zweck genutzt werden? Die Datenbestände müssen unbedingt getrennt werden.

Stellen Sie Dritten persönliche Daten zur Verfügung, muss ein Dienstvertrag ge-

schlossen werden, der auch den Umgang mit diesen Daten regelt. Dritte können beispielsweise der Steuerberater, Inkassounternehmen, aber auch elektronische Bezahldienste des Internetshops sein.

Da nicht mehr benötigte Daten gelöscht werden müssen, müssen Sie einen Plan erstellen, welche Daten wann gelöscht werden. Hierbei sind die gesetzlichen Aufbewahrungsfristen – beispielsweise von steuerrelevanten Unterlagen – zu beachten (z. B. sechs Jahre Geschäftsbriefe, zehn Jahre steuerrelevante Unterlagen und sechs Monate Bewerbungsunterlagen). In einem „Löschkonzept“ sollte auch festgehalten werden, wie die Daten gelöscht werden. Ein Beispiel hierfür ist die Zerstörung der Daten beziehungsweise Datenträger und Papierunterlagen durch Schreddern.

Strafen Diese Sanktionen drohen Ihnen bei Verstößen

Die Vorschriften zu Sanktionen bei Verstößen gegen die DSGVO sind in den Artikeln 83 und 84 der EU-Datenschutz-

grundverordnung zu finden. Das droht Ihnen bei Nichteinhaltung der neuen Regeln:

Bußgelder: Die maximale Geldbuße beträgt bis zu 20 Millionen Euro oder bis zu vier Prozent des gesamten weltweit erzielten Jahresumsatzes Ihres Unternehmens im vorangegangenen Geschäftsjahr (je nachdem, welcher Wert der höhere ist). Entscheidend ist der Jahresumsatz des Betriebs, nicht der einzelnen juristischen Person.

Bemessungskriterien: Der Bußgeldkatalog des Artikels 83 enthält folgende Kriterien, die die Höhe des Bußgelds bestimmen:

- # Art und Weise, wie der Verstoß der Aufsichtsbehörde bekannt wurde, insbesondere bei Selbstanzeige
- # Art, Schwere und Dauer des Verstoßes
- # die getroffenen Maßnahmen zur Minderung des entstandenen Schadens
- # Einhaltung von früher angeordneten Maßnahmen
- # Einhaltung von genehmigten Verhaltensregeln nach Artikel 40 DSGVO oder genehmigten Zertifizierungsverfahren nach Artikel 42 DSGVO
- # etwaige einschlägige frühere Verstöße
- # Grad der Verantwortung unter Berücksichtigung der getroffenen technischen und organisatorischen Maßnahmen
- # jegliche anderen erschwerenden oder mildernden Umstände im jeweiligen Fall, wie unmittelbar oder mittelbar durch den Verstoß erlangte finanzielle Vorteile oder vermiedene Verluste
- # Kategorien personenbezogener Daten, die von dem Verstoß betroffen sind
- # Umfang der Zusammenarbeit mit der Aufsichtsbehörde
- # Vorsätzlichkeit oder Fahrlässigkeit des Verstoßes

Sonstige Sanktionen: Als weitere Sanktionen drohen die Gewinnabschöpfung und Anordnungen zur Beendigung des Verstoßes wie beispielsweise eine Rüge, die Anweisung, die Datenverarbeitung den gesetzlichen Vorgaben anzupassen, oder ein zeitlich begrenztes bzw. endgültiges Verbot der Datenverarbeitung.

WIE GEHT ES NACH DEM 25. MAI 2018 WEITER?

Insgesamt erfährt das Thema Datenschutz durch die neue EU-Datenschutzgrundverordnung einen deutlichen Wandel: War es früher eher Randthema, steht es jetzt auf einer Stufe mit Arbeitsschutz oder Produkthaftung. Trotz der ablaufenden Übergangsfrist zum 25. Mai 2018 sind noch nicht alle Fragen geklärt: Beispielsweise ist es wie beschrieben noch offen, ob alte Einwilligungen, die die DSGVO nicht zu 100 Prozent erfüllen, ihre Gültigkeit behalten – oder neu eingeholt werden müssen. Das werden Gerichtsurteile in den kommenden Monaten und Jahren zeigen. Generell gilt: Ganz ohne Risiko für Geschäftsführer geht es nicht. Es ist daher auch nicht unwahrscheinlich, dass hierfür bald Versicherungslösungen angeboten werden. Derzeit ist der Versicherungsmarkt auf diesem Gebiet aber noch im Fluss. *handwerk magazin* wird das weiterhin beobachten. **hm**

ramon.kadel@handwerk-magazin.de



Updates zum Thema Datenschutz

Ob Kunden- oder Mitarbeiterdaten – es gilt, hohen Schutz zu gewährleisten.

Unsere Themenseite hilft Ihnen dabei:

www.handwerk-magazin.de/datenschutz



Anouschka Wasner

Flüchtlinge im Handwerk integrieren und beschäftigen

Potenziale erkennen | Chancen nutzen | Perspektiven schaffen

Im Ratgeber „Flüchtlinge im Handwerk integrieren und beschäftigen“ zeigt die Autorin Anouschka Wasner auf über 140 Seiten, wie Sie einen Geflüchteten in Ihrem Betrieb beschäftigen können, welche Chancen in einem solchen Projekt stecken und was Sie dabei beachten sollten:

- Mit zahlreichen **Checklisten**, aktuellen **Förderprogrammen** sowie **Anlauf- und Kontaktstellen**.
- Mit allen wichtigen Informationen und **Anregungen zur Gestaltung** der Beschäftigungsverhältnisse.
- Mit wertvollen Tipps und **Hilfen zur Auswahl der geeigneten Bewerber**.

Die Neuerscheinung gibt aber auch einen Überblick – den ersten überhaupt – was die Handwerksorganisation in ganz Deutschland für die Integration in die Betriebe auf die Beine gestellt hat. Unverzichtbar, wenn es um die Integration und Beschäftigung geflüchteter Menschen geht.

Die Autorin

Seit Anfang der 2000er beschäftigt sich die Fachjournalistin und ausgebildete Mediatorin Anouschka Wasner mit den Schwerpunkten Personal, Teamentwicklung und betriebliche Organisation. Ihrem Studium der Übersetzungswissenschaften an der Universität Heidelberg und dem anschließenden Fachjournalismus-Studiengang an der Freien Journalistenschule ging eine handwerkliche Station voraus: Anouschka Wasner absolvierte von 1988 bis 1990 im Anschluss an ihr Abitur zunächst eine Ausbildung zur Kfz-Mechanikerin. Die Autorin ist selbst in der Flüchtlingshilfe engagiert. Vor vier Jahren übernahm sie eine private Vormundschaft für ein unbegleitetes äthiopisches Mädchen, das heute Teil ihrer Familie ist. Außerdem engagiert sie sich in verschiedenen Organisationen der Flüchtlingshilfe und hat u. a. die Wiesbadener Initiative „Rückenwind – Fahrräder für Flüchtlinge“ mitgegründet.



Flüchtlinge im Handwerk integrieren und beschäftigen

ISBN 978-3-7783-1168-4 |
17,0 x 24,0 cm | 144 Seiten

19,90 €

Ihre Bestellung



+49 8247 354-300



+49 8247 354-190



buch@holzmann-medien.de

Ja, ich bestelle per Rechnung —

zzgl. 4,90 Euro Versandkosten (Deutschland – Auslandsversand auf Anfrage)

Expl. **Flüchtlinge im Handwerk integrieren und beschäftigen**

Potenziale erkennen | Chancen nutzen | Perspektiven schaffen
Best.-Nr. 1551.01 | ISBN 978-3-7783-1168-4 | 17 x 24 cm
Softcover | 19,90 €

Firma

Name, Vorname

Funktion

Straße

PLZ, Ort

Telefon

Fax

E-Mail

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

x

Datum, Unterschrift

hm18



HOLZMANN . MEDIEN

Holzmann Medien GmbH & Co. KG | Buchverlag | Gewerbestr. 2 | 86825 Bad Wörishofen
Telefon +49 8247 354-300 | Telefax +49 8247 354-190 | buch@holzmann-medien.de | www.holzmann-medien.de

Gute Geschäfte in der SCHWEIZ

Die Schweiz ist für viele Handwerker ein interessanter Markt: Jenseits der Grenze **locken** lukrative Aufträge. Allerdings versuchen Schweizer Behörden, den Binnenmarkt zu schützen und errichten deshalb Bürokratie-Barrieren gegen deutsche Handwerker. Jetzt müssen diese sogar eine Schweizer Umsatzsteuernummer haben.

Autorin **Josephine Pabst** Fotograf **Blendwerk Freiburg**

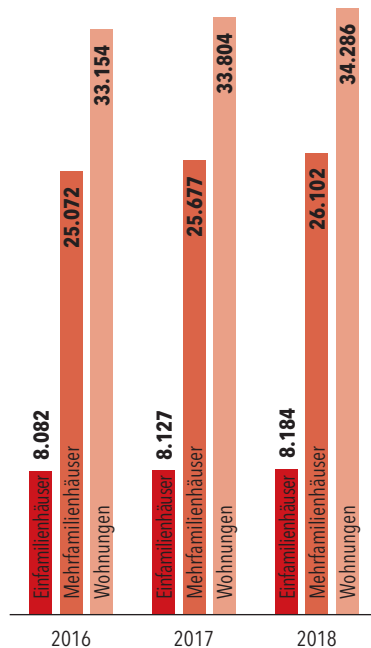
R

Raimund Fischer ist Schreinermeister, erfahrener Geschäftsführer, Küchenspezialist und Schweiz-Kenner. Gemeinsam mit seiner Frau betreibt er seit 26 Jahren ein Küchenatelier mit sieben Geschäften und insgesamt rund 60 Mitarbeitern. Die Zentrale ist in Gutach im Breisgau angesiedelt, rund 20 Kilometer nordöstlich von Freiburg. Zweigstellen gibt es unter anderem in Freiburg, in Offenburg sowie seit einigen Monaten auch im schweizerischen Volketswil östlich von Zürich. So möchte Fischer möglichst nah bei seinen Kunden sein, bei denen in Deutschland genauso wie bei denen in der Schweiz. Der Geschäftsführer hat viele Jahre um den Schweizer Markt gekämpft, mühsam Kunden jenseits der Grenze gewonnen. „Es lohnt sich“, sagt Fischer. „Aber die Schweiz hat uns wirklich viel Zeit und auch viel Geld gekostet.“

Die Schweiz ist für Handwerker ein interessantes Terrain. Im Europavergleich ist das Land besonders teuer: Schweizer

So boomt der **Wohnungsbau** in der Schweiz

Ein Rückgang der realen Bauinvestitionen ist in der Schweiz nicht zu erwarten, schätzt das Forschungsinstitut BAK Basel.



*in Millionen Schweizer Franken
Quelle: BAK Basel, „Hochbauprognose 2016–2022“, September 2016

geben für Konsumgüter und Dienstleistungen rund 61 Prozent mehr aus als der EU-Durchschnitt. In den vergangenen zwei Jahren ist der Abstand noch größer geworden. Dementsprechend groß ist das Interesse deutscher Handwerker, dementsprechend aussichtsreich sind Aufträge jenseits der südlichen Grenze.

IMMER MEHR BÜROKRATIE

Allerdings arbeitet die Schweiz seit Jahren daran, ihren Binnenmarkt zu schützen. Einheimische Handwerker werden bevorzugt, ausländische Kollegen hinter Bürokratie-Barrieren verbannt. Wer weiterhin von den Chancen jenseits der Grenze profitieren will, muss sich gut informieren.

Besonders interessant ist die Schweiz für Handwerker, die einen Großteil der Arbeiten in Deutschland zu EU-Löhnen vorbereiten können, die im EU-Raum konstruieren, planen und anschließend im Nachbarland nur noch montieren müssen. Umfangreiche Arbeiten auf Schweizer Territorium sind dagegen weniger attraktiv, da die Löhne bei solchen Tätigkeiten zwingend an das Schweizer Niveau angepasst werden müssen. „Bei allen Einsätzen in der Eidgenossenschaft



»Der Schweizer Markt lohnt sich für deutsche Handwerker trotz Bürokratie.«

Raimund Fischer macht mit seinem Küchenatelier gute Geschäfte in der Schweiz.

müssen bürokratische Vorgaben streng eingehalten werden“, sagt Lothar Hempel von der Handwerkskammer Konstanz. Er ist in der Grenzlandkammer für den Bereich Außenwirtschaft zuständig.

DIE NEUESTE SCHIKANE

Inzwischen gibt es darüber hinaus noch deutlich mehr Bürokratie für deutsche Handwerker. So müssen aktuell Betriebe, die einen Umsatz von 100.000 Franken und mehr erwirtschaften und in der

Schweiz tätig sind, eine Schweizer Umsatzsteuernummer beantragen. Das bedeutet auch, dass Handwerker einen Treuhänder mit Sitz in der Schweiz benennen und eine Bankbürgschaft oder Sicherheitsleistung für die abzuführende Umsatzsteuer von drei Prozent des voraussichtlichen Schweizer Umsatzes, mindestens jedoch in Höhe von 2.000 Franken vornehmen müssen. Treuhänder beziehungsweise Fiskalvertreter kann zwar theoretisch jede natürliche >

oder juristische Person sein, die in der Schweiz ihren Wohn- oder Geschäftssitz hat. Wer keine Verwandtschaft in der Schweiz hat, wird einen professionellen Anbieter, zum Beispiel einen Steuerberater oder die Handelskammer Deutschland-Schweiz beauftragen müssen. Nicht betroffen sind Handwerker, die nur Waren in die Schweiz liefern.

Doch das ist nicht alles: In vielen Fällen müssen deutsche Handwerker bei Grenzübertritt happige Kautionen in der Zentralen Kautionsverwaltungsstelle in Liestal hinterlegen, abhängig von Gewerk

und Kanton. Für einen Auftrag mit einem Volumen von 40.000 Franken fallen so mitunter bis zu 20.000 Franken Kaution an (siehe auch Kasten „Die wichtigsten Vorschriften“).

VORSICHT SOLOSELBSTSTÄNDIGE

Besonders selbstständige Handwerker, die alleine ohne Mitarbeiter regelmäßig über die Grenze fahren, sind in den vergangenen Jahren häufig in den Fokus der Behörden geraten. Der Grund: Die Schweizer Behörden unterstellen ausländischen Handwerkern immer häufiger



»Deutsche Handwerker müssen die Vorgaben streng einhalten.«

Lothar Hempel,
Außenwirtschaftsberater bei der
Handwerkskammer Konstanz.

Überblick Die wichtigsten Vorschriften

Auch wenn die Regelungswut der Schweizer Nachbarn auf den ersten Blick abschreckt: Handwerksbetriebe, die sich die Mühe machen und eventuell extra Personal dafür einstellen, können vom Exportmarkt Schweiz durchaus profitieren.

1 Meldepflicht beim Migrationsamt Jeder deutsche Handwerksbetrieb darf Arbeitnehmer an 90 Arbeitstagen pro Jahr in die Schweiz schicken. Für Selbstständige und entsandte Mitarbeiter gilt grundsätzlich eine Meldepflicht beim Migrationsamt. Mindestens acht Tage vor Beginn der Arbeiten müssen Handwerker sich online auf dem Portal der Behörde anmelden (<https://meweb.admin.ch/meldeverfahren/>). Bei der ersten Anmeldung müssen Unternehmer sich registrieren.

2 Wichtige Dokumente Schweizer Behörden kontrollieren Ausländer häufig, auf Baustellen und bei Lohnabrechnungen. Wer sich nicht an die Regeln hält, muss mit hohen Bußgeldern rechnen. Deshalb sollten Handwerker immer eine Mappe bei sich haben, die folgende Dokumente beinhaltet: Meldebestätigung, Sozialversicherungsbescheinigung A1, Kopie des Auftrags, Gewerbeanmeldung, Handwerksrolleneintrag und evtl. Unternehmensbescheinigung mit MwSt.-Nummer vom Finanzamt. Eventuell sind auch eine Personalliste und eine Auflistung aller nennenswerten Werkzeuge erforderlich.

3 Mindestlohn Wer Mitarbeiter über die Grenze mitnimmt, muss die schweizerischen Mindestlöhne beachten, die deutlich über dem deutschen Niveau liegen. Hinzu kommen noch Zuschläge für Überstunden, Arbeit am Wochenende oder Nachtarbeit. Die Berechnung ist aufwändig. Lassen Sie sich hier von grenznahen Handwerkskammern oder anderen Stellen entsprechend beraten.

4 Kautionspflicht In vielen Branchen und Kantonen gilt eine Kautionspflicht, die Höhe richtet sich nach dem Auftragsvolumen und kann bis zu 20.000 Franken betragen. Ausführliche Informationen dazu finden Sie hier: www.handwerkerkauti.ch

5 Zoll Wollen Sie Waren von einem Wert von mehr als 1.000 Franken über die Grenze transportieren, müssen Sie eine Ausfuhranmeldung beantragen. Außerdem brauchen Sie eine Einfuhrdeklaration. Bei Waren im Wert von weniger als 1.000 Franken genügt eine Rechnung. Wer vorübergehend Werkzeuge über die Grenze transportiert, braucht eine formlose Liste oder ein Zollpassierscheinheft Carnet ATA. Ausführliche Informationen zu den rechtlichen Anforderungen finden Sie auch bei den Handwerkskammern, speziell den Grenzlandkammern und den Exportberatungsstellen des Handwerks.

6 Umsatzsteuerpflicht Unternehmen, die weltweit einen Umsatz von mehr als 100.000 Franken erzielen, müssen eine Schweizer Umsatzsteuernummer führen und diese auch auf ihren Exportrechnungen ausweisen. Miteingerechnet werden dementsprechend auch Umsätze, die Unternehmen in Deutschland erwirtschaften. Damit ist fast jeder EU-Handwerksbetrieb von der neuen Regelung betroffen. Das bedeutet, dass Handwerker in der Schweiz steuerpflichtig werden und einen Schweizer Steuerberater brauchen, der viermal im Jahr die Umsatzsteuer anmeldet. Die Handwerkskammer Konstanz rechnet mit zusätzlichen Kosten von rund 1.500 Euro pro Jahr.

Scheinselbstständigkeit und prüfen bei Verdachtsmomenten ganz genau.

Deshalb sollten Einzelkämpfer möglichst in einem Firmenauto mit eigener Beschriftung unterwegs sein, dazu auf ihrer Arbeitskleidung Firmenlogos aufgedruckt haben und ihr eigenes Werkzeug benutzen.

„Die Schweizer sind besonders streng“, sagt Lothar Hempel von der Handwerkskammer Konstanz. „Die Kontrollen sind sehr hoch, denn die Kontrollstellen sind personell hervorragend ausgestattet“, weiß Hempel aus Erfahrung. In 65 Prozent aller Fälle werde kontrolliert. Auf Nachsicht sollten Handwerker nicht hoffen.

DEUTSCHE SIND GÜNSTIGER

Dazu kommen noch der Zoll und vor allem der Schweizer Lohn: Wer mit Mitarbeitern und Monteuren auf eine Schweizer Baustelle fährt, muss in dieser Zeit auch einen branchenüblichen Schweizer Lohn zahlen. Das gilt nicht nur für die Zeit der Montage vor Ort, sondern auch für die Reisezeit auf Schweizer Boden. Trotz dieser Regelung sind deutsche

Handwerker immer noch deutlich günstiger als Schweizer Kollegen – sofern sie eben einen Großteil der Arbeit schon in Deutschland erledigen.

Wenn nicht, ist die Berechnung des Mindestlohns eine Wissenschaft für sich: Die Höhe orientiert sich am Schweizer Grundlohn oder am ortsüblichen Lohn, abhängig von der Berufserfahrung und der Qualifikation des jeweiligen Mitarbeiters. Weitere Variablen sind Schweizer Urlaubs- und Feiertage, das in der Schweiz vorgeschriebene 13. Monatsgehalt und Spesen wie die „Mittagszulage“. Wer seinen Monteuren zu wenig bezahlt, und seien es nur ein paar Rappen, muss mit empfindlichen Strafen rechnen. Mitunter fordern die Kontrollstellen noch Monate nach dem Einsatz im Nachbarland per Post Unterlagen nach, beispielsweise Lohnabrechnungen und Banküberweisungen, auf denen der korrekte Lohn ausgewiesen sein muss. Für kleinere Betriebe geht die Rechnung angesichts des Papierkriegs daher manchmal nicht auf.

GUTE CHANCEN ALS ZULIEFERER

Dennoch können mittelgroße Betriebe die Schweizer Bürokratie in den Griff bekommen, sofern sich der Einsatz wirtschaftlich lohnt. Küchenhersteller Raimund Fischer beschäftigt einen Mitarbeiter, der

sich ausschließlich mit den eidgenössischen Vorschriften auseinandersetzt. Größere Unternehmen setzen noch mehr Ressourcen dafür ein – oder arbeiten direkt mit Schweizer Unternehmen zusammen, beispielsweise als B2B-Zulieferer. Das hat gleich zwei Vorteile: Zum einen haben die Unternehmen so einen ortskundigen Partner an ihrer Seite, der sie bei bürokratischen Regelungen unterstützt. Zum anderen profitieren sie noch mehr vom hohen Schweizer Preisniveau.

ERFOLGREICH MIT HÄUSERN

Das Unternehmen Haas Fertigbau mit Sitz im bayrischen Falkenberg hat sich unter anderem auf solche B2B-Leistungen in der Schweiz spezialisiert. Etwa 1.000 Mitarbeiter arbeiten für das Unternehmen, in Deutschland, Tschechien, Österreich und der Schweiz.

„Wir haben uns auf schlüsselfertige Einfamilienhäuser konzentriert“, sagt Xaver A. Haas, der den Familienbetrieb vor sieben Jahren von seinem Vater übernommen hat. „Zu unseren Stärken gehört, dass wir eine Komplettlösung aus einer Hand anbieten können.“

Dafür produziert das Unternehmen die Häuser in einem der drei Produktionsstandorte in Tschechien, Deutschland und Österreich und transportiert sie

Hier finden Sie **Aufträge** in der Schweiz

Für den Einstieg geben Handwerkerbörsen und Ausschreibungsplattformen eine nützliche erste Orientierung.

Suchen Sie auf Online-Handwerkerbörsen nach Aufträgen, beispielsweise über www.ofri.ch, www.expertado.ch, www.renovero.ch oder www.offerten24.ch.

Bewerben Sie sich auf Ausschreibungen, beispielsweise beim Deutschen Auftragsdienst www.dtad.de, auf der Schweizer Plattform www.infodienst-ausschreibungen.ch.

Werben Sie für Ihren Betrieb, beispielsweise auf dem Schweizer Onlineportal www.handwerk.ch.

dann bis auf das entsprechende Baugrundstück, wo die Monteure das Haus zusammenbauen. Elektrik, Sanitär und Heizung übernehmen Fachfirmen.

Etwa 600 bis 700 Häuser baut das Unternehmen pro Jahr, davon etwa 30 in der Schweiz. Hinzu kommen allerdings noch viele Aufträge, bei denen das Unternehmen Schweizer Baufirmen beliefert – einzelne Bauteile, aber auch Fassaden und komplette Konstruktionen. „Das Konzept geht gut auf“, sagt Haas. „Wir haben den Vorteil, dass wir unseren Preisvorteil an unsere Kunden weitergeben können. Die wiederum können ihn an die Endkunden durchgeben.“ So haben die Schweizer Auftraggeber vergleichsweise günstige Preise, arbeiten aber trotzdem mit einheimischen Handwerkern zusammen. Auf diesem Weg könnten deutsche Handwerker trotz Kontrollen, Zöllen und viel Bürokratie im Nachbarland weiterhin gute Geschäfte machen.

Auch Schreinermeister Raimund Fischer setzt weiter auf den Schweizer Markt und dort vor allem auf Mundpropaganda. Er hat seine Küchen zu einer Marke gemacht.

reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de

hm

Wichtige Messen in der Schweiz

Der Besuch von Messen und Ausstellungen hilft herauszufinden, wie in der Schweiz der Markt funktioniert, was bei den Kunden

nachgefragt wird. Hier ein Überblick über wichtige Schweizer Messen mit Schwerpunkt Bau, Ausbau und Energie.

MESSENAME	VERANSTALTUNGSORT	DATUM	TURNUS
BAUEN+WOHNEN Messe für Bauen, Wohnen, Garten und Lifestyle	Wettingen	19.04.2018 – 22.04.2018	jährlich
BEA Themen: Bauen, Wohnen, Gesundheit, Ernährung	Bern	04.05.2018 – 13.05.2018	jährlich
BAUEN & MODERNISIEREN Schweizer Messe für Bauen, Wohnen, Energie mit Eigenheim-Messe Schweiz	Zürich	06.09.2018 – 09.09.2018	jährlich
BAU+ENERGIE MESSE Construction and Energy Exhibition	Bern	27.09.2018 – 30.09.2018	jährlich

Quelle: AUMA (Verband der deutschen Messewirtschaft)



Mehr zum Auslandsgeschäft

Auf der [handwerk-magazin](http://handwerk-magazin.de)-Themenseite „Auslandsgeschäft“ finden Sie weitere Informationen zum Export: www.handwerk-magazin.de/auslandsgeschaef

DIE GROSSEN essen die Kleinen auf

Im Bäckerhandwerk steigen die Umsätze, davon profitieren aber hauptsächlich nur die großen Filialbetriebe. Die kleinen Betriebe müssen sich spezialisieren, um konkurrenzfähig zu bleiben.

Autor **Reinhold Mulatz**

Branchentrends Bäckerhandwerk



Urgetreide

Alte Getreidesorten wie Emmer und Urdinkel stehen für Naturbelassenheit und Rückbesinnung auf Traditionen. Die Backwaren besitzen ein feines Aroma und eine intensive Krumen- und Krustenfärbung.



Amerikanische Backwaren

Dazu zählen beispielsweise Brownies, Chocolate Chip Cookies und Pies.



Naked Cakes

Das sind mehrstöckige Torten, bei denen auf Glasur verzichtet wird und somit die einzelnen Schichten erkennbar sind.



Glutenfrei

Diese Backwaren richten sich nicht nur an Kunden mit einer Glutenunverträglichkeit. Dabei wird herkömmliches Mehl wie Weizen und Roggen durch eine glutenfreie Mehlmischung ersetzt, wie beispielsweise Maisstärke oder Kartoffelmehl.



Vegan

Hier wird auf tierische Produkte wie Butter, Eier und Sahne verzichtet.

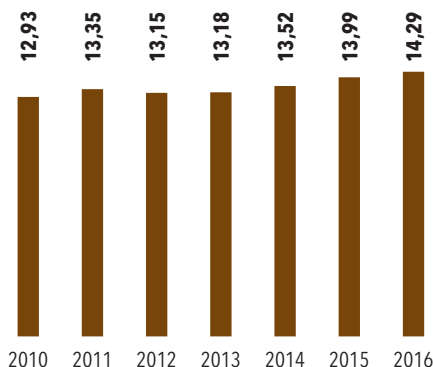


Backen ohne Hefe

Die zur Lockerung der Backware benötigte Hefe kommt nur natürlich, also über Vorstufen (Vorteige, Sauerteige, Fermentteige), in den Teig.

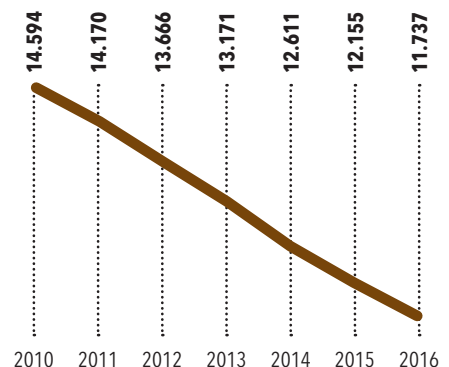
GESAMTUMSATZ IN MRD. EURO

Steigende Umsätze trotz schwieriger Bedingungen, das erwartet die Branche auch weiterhin. Allerdings müssen vor allem kleine Betriebe Umsatzeinbußen hinnehmen.



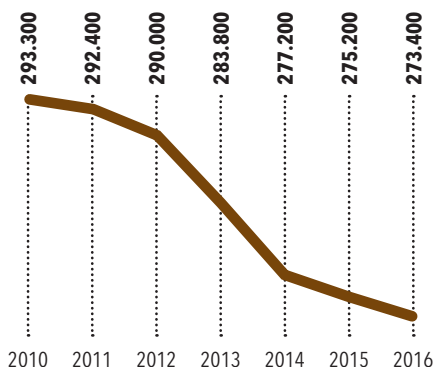
ANZAHL BETRIEBE

Die Betriebszahlen sinken seit Jahren, und das wird sich wohl auch fortsetzen. Konkrete Zahlen für 2017 liegen allerdings noch nicht vor.



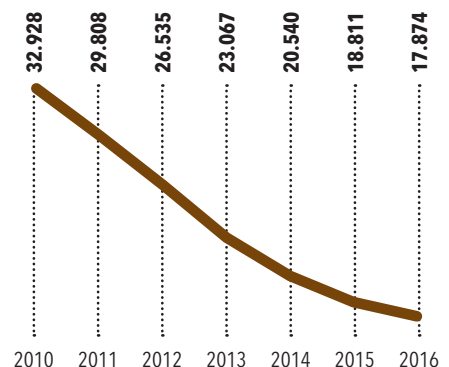
ANZAHL BESCHÄFTIGTE

Weniger Betriebe bedeuten auch weniger Beschäftigte. Allerdings sind die sinkenden Zahlen auch auf den Fachkräftemangel zurückzuführen.



ANZAHL AZUBIS

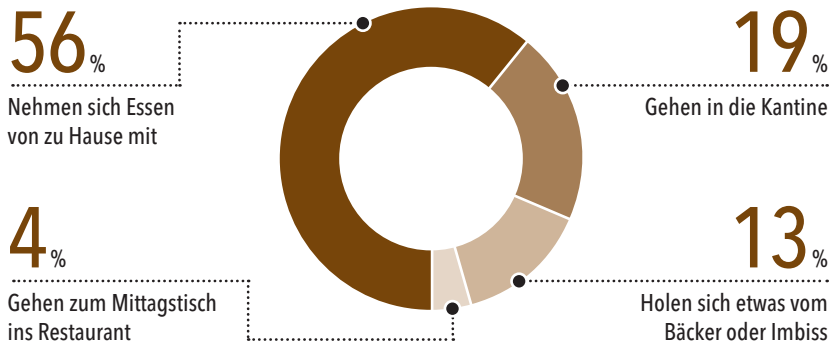
Mit der Onlineseite back-dir-deine-zukunft wirbt die Branche originell um Nachwuchs. Doch der Erfolg hat sich noch nicht eingestellt, die Zahlen sinken weiter.



Quelle: ZDB, 2017

WO ERWERBSTÄTIGE ESSEN

Im Vergleich zum Vorjahr sind die durchschnittlichen Ausgaben für das Mittagessen von 6,20 Euro auf 7,30 Euro angestiegen. Für Bäckerbetriebe ist der Außer-Haus-Verzehr nach wie vor ein Wachstumsmarkt.

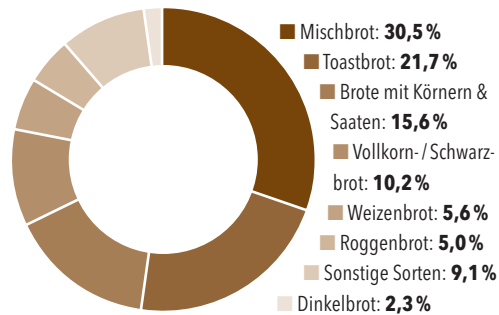


1,8

Millionen Tonnen Brot sind 2016 in Deutschland verkauft worden, für 4,3 Milliarden Euro. Mit 47 Prozent aller Brotumsätze sind handwerkliche Bäckereien inklusive ihrer Filialen in den Vorkassenzonen Marktführer im Brotmarkt, gefolgt von den Discountern (23,9 %) und den Supermärkten (22,4 %).

DER BROTKORB DER DEUTSCHEN

Mit rund 3.200 eingetragenen Brotsorten haben Innungsbäcker es geschafft: Die deutsche Brotkultur wurde durch die nationale UNESCO-Kommission in das bundesweite Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes aufgenommen.



Quelle: GfK ConsumerScans, 2017

DER STUNDENKOSTENSATZ IM BETRIEBSVERGLEICH

Dieser Betriebsvergleich für Bäckerbetriebe in Schleswig-Holstein ist von der „perfakta.SH“ erstellt worden. perfakta ist aus der Umbenennung der Rationalisierungsgemeinschaft Handwerk Schleswig-Holstein entstanden. Die Gruppen: I=bis 1 Mio. Euro Betriebsleistung; II= bis 2 Mio.; III= über 2 Mio.

	Gruppe I Euro	Gruppe II Euro	Gruppe III Euro
Personalkosten Backstube	129.474	311.115	654.253
+ Übrige Personalkosten	168.231	471.273	1.628.855
+ Übrige Personalkosten ohne gewährte Rabatte	148.524	386.630	1.294.143
= Gesamtkosten ohne Rohstoff- und Handelswareneinsatz und ohne gewährte Rabatte	446.229	1.169.018	3.577.251
- Kosten des Depotumsatzes ¹	416	445	1.059
- Kosten des übrigen Handelsumsatzes ²	5.284	6.884	34.271
= Produktionskosten	440.529	1.161.689	3.541.921
: Leistungsstunden gesamt ³	6.479 Std.	14.495 Std.	31.344 Std.
= Stundenkostensatz	67,99	80,14	113,00

1) Hierbei wird unterstellt, dass der Handel mit Depotwaren kostendeckend abgewickelt wird. Als Kosten des Depotumsatzes sind deshalb die erzielten Handelsspannen dieses Bereichs angesetzt worden. 2) Hier wurden 15 % vom übrigen Handelsumsatz zugrunde gelegt. 3) Die gesamten Leistungsstunden des Betriebes beinhalten auch die vom Inhaber in der Produktion gearbeitete Zeit. Stand: 2015

Die deutschen Innungsbäcker konnten 2016 ein insgesamt gutes Ergebnis erzielen, so der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks – mit 2,2 Prozent Umsatzplus und mehr Mitarbeiter pro Betrieb. Für 2017 werden ähnliche Ergebnisse erwartet.

Allerdings hält der Konzentrationsprozess der Branche an. Es dominieren die Filialisten, und diese größeren Unternehmen sind auch die Treiber der positiven Umsatzentwicklung. Sie sind mit 4,6 Prozent zwar die kleinste Gruppe der Bäckereien, erzielen aber über 66 Prozent des Gesamtumsatzes.

„BÄCKER“ SOLL GESCHÜTZT WERDEN

Die Hauptkonkurrenten des deutschen Bäckerhandwerks sind nach wie vor der Lebensmitteleinzelhandel und Discounter. Deshalb fordert der Verband von der Politik, Begriffe wie „Bäcker“ und „Bäckerei“ rechtsverbindlich zu schützen. Sonst würden Verbraucher getäuscht, weil die Konkurrenz mit Handwerksattributen werben könne, die traditionell nur im Bäckerhandwerk verwendet wurden.

DIE GRÖSSTEN RISIKEN

Markus Ziechaus, Geschäftsführer der Unternehmensberatung Bayern Consult in München, spezialisiert auf die Beratung mittelständischer, meist inhabergeführter Unternehmen, hat für handwerk magazin die Bäcker-Branche unter die Lupe genommen und diese vier Hauptrisiken herausgearbeitet:

#1. Break-Even: Viele Betriebe kennen ihren Kostendeckungspunkt nicht. Oft, weil ihnen nicht klar ist, dass die dafür nötigen Stückzahlen am Standort gar nicht erreichbar sind.

#2. Investitionsstau: In Produktion und repräsentative Ladenfläche wird zu wenig investiert.

#3. Kritische Größe: Der mittelgroße Gemischtwarenladen ist am meisten gefährdet. Besser ist diversifizieren und erweitern oder spezialisieren.

#4. Standort: Zu wenig Wissen über Standort und die Kundenstruktur führt zu falschen Strategien.

reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de



Mehr Branchen im Check.

Fakten zu den wichtigsten Branchen:

handwerk-magazin.de/branchen-check

»Unmotivierte MITARBEITER kann man nicht motivieren«

Coach und Handwerksunternehmer Udo Herrmann bringt jetzt sein neues Buch „Endlich alles im Lot“ heraus. Eine Anleitung, wie man Betriebe strukturiert und seine Mitarbeiter führt.

Interview **Olaf Deininger** Fotograf **Tim Wegner**

Große Formalitäten gibt es nicht: Weil es gerade Mittagszeit ist, lädt Udo Herrmann einfach an den Familientisch, wo die Kinder des Handwerksunternehmers und Coachs gerade von Schule oder Arbeit kommen und die Oma eine leckere Suppe und Pfannkuchen gemacht hat. Nach dem Essen bleiben wir für das Gespräch einfach am Esstisch sitzen.

Herr Herrmann, sind alle Probleme im Betrieb, ganz gleich ob falsches Material und Werkzeuge, leer gefahrene Fahrzeuge, fehlende Dokumente oder schlechtes Kundenmanagement, auf das Verhalten von Mitarbeitern oder das Verhalten vom Chef zurückzuführen?

Udo Herrmann: Wenn etwas im Betrieb nicht rund läuft, sind es fast immer die Rahmenbedingungen, die nicht passen. Meist hat der Chef es versäumt, etwas Wichtiges mit seinen Mitarbeitern zu besprechen.

Rahmenbedingungen – das kann viel bedeuten: Prioritäten, Abläufe, wer kommuniziert mit wem, wer hat bei Informationen eine Hol- und wer hat eine Bringschuld, an wen wende ich mich, wenn etwas schief läuft. Helfen regelmäßige Besprechungen?
Es sollten Regeln definiert und in einem

Vita Udo Herrmann

Udo Herrmann hat mit 23 Jahren seine Meisterprüfung abgelegt und führt seit 18 Jahren den mehrfach ausgezeichneten Betrieb „Herrmann Parkett. Möbel. Räume.“ im unterfränkischen Bürgstadt. Seit mehr als zehn Jahren ist er Vorstand einer Handwerkskooperation, die ganzheitliche Kundenkonzepte entwickelt. Der Schreinermeister trainiert Selbstständige und begleitet als Coach Handwerksbetriebe. 2016 ist sein Buch „Von nichts kommt niemand“ erschienen, im April kommt sein neues Buch „Endlich alles im Lot“ heraus.

Handbuch für Mitarbeiter festgehalten und dokumentiert werden. Hier können etwa verschiedene Runden definiert werden: Besprechung zu einer kleinen Baustelle, zu einem großen Projekt oder eine Mitarbeiterbesprechung. Bei der Baustellenbesprechung geht es oft darum, was diese Woche ansteht, was man besonders beachten muss. Dieses Meeting kann durchaus im Stehen stattfinden und sollte zeitlich begrenzt sein, etwa auf eine Viertelstunde. Dann muss man alles Wichtige besprochen haben. Andere Besprechungen – etwa für größere Projekte – können im Sitzen stattfinden. Hier sollte es dann ein Protokoll geben und einen Schriftführer, der die Leute informiert, die nicht daran teilnehmen, für die die

Informationen aber wichtig sind. Etwa der Architekt oder Kunde. Ich würde immer festlegen, was das Ziel des Meetings ist, und die Mitarbeiter dazu einladen, die zu diesem Ziel etwas beitragen können. Wer dazu nichts beitragen kann, der braucht auch nicht teilzunehmen.

Wichtig ist also, dass jeder die Information zum richtigen Zeitpunkt hat, die er braucht, um einen optimalen Job zu machen. Was gilt für Rückmeldungen und Feedback?

Wir hatten früher im Betrieb folgendes Problem: Die Teams kamen von den Baustellen, machten Feierabend, und ich selbst war oft noch in Beratungsgesprächen. Dann ruft ein Kunde an und will etwas zu seiner Baustelle wissen. Früher habe ich als Chef dann immer das Stottern angefangen, weil ich es schlichtweg nicht wusste. Dann haben wir das Dokument „Baustellenfortschritt“ entwickelt, das jedes Team am Abend ausfüllt und ans schwarze Brett hängt. Wir fragen darin auch ab, ob der Kunde zufrieden ist oder sogar begeistert. Jetzt bin ich informiert. Mittlerweile haben wir pro Team auch eine WhatsApp-Gruppe. Der Baustellenleiter fotografiert das ausgefüllte Dokument und schickt es an die Gruppe. So ist jeder informiert, auch Krankheits- oder Urlaubsvertretungen sind kein großes Problem mehr. ➤

»Wenn die Entscheidungen der Mitarbeiter dazu führen, dass die Kunden am Ende begeistert sind, ist alles gut.«

Buchautor Udo Herrmann ist überzeugt, dass Mitarbeiter die Verantwortung für die Kundenzufriedenheit übernehmen können.





»Ein Betrieb, der ohne Chef nicht funktioniert, hat keinen Wert.«

Coach Udo Herrmann sieht den Wert eines Unternehmens in der Qualität des Teams und im Kundenstamm.

sind, ist das natürlich auch für das Unternehmen gut.

Wenn der Kunde das Korrektiv ist, dann müssen die Mitarbeiter auch den direkten Kundenkontakt haben und direkt Feedback vom Kunden erhalten?
Ja klar, auf der Baustelle haben meine Mitarbeiter den direkten Kontakt zum Kunden. Und das empfehle ich auch anderen Betrieben. Denn die Ergebnisse werden insgesamt besser.

Die Mitarbeiter dürfen bei Fragen des Kunden dann allerdings nicht sagen: Bitte Chef anrufen.
Richtig. Wichtig ist, dass beim Kunden zu Beginn eines Auftrags sein Ansprechpartner eingeführt wird, mit Bild und Kontaktdaten.

Wie funktioniert dann die Qualitätssicherung im Haus?
Ein Beispiel: Wenn etwa ein Mitarbeiter von der Baustelle anruft und ein Problem durchgibt, dann gilt bei uns, dass er auch einen Lösungsvorschlag bieten muss. Wenn wir ihn fragen, wie er das Problem lösen will, und er sagt, er weiß es nicht, dann legen wir den Hörer auf. Das wissen bei uns alle. Und wir sehen: Die meisten Mitarbeiter haben einen Lösungsvorschlag. Meistens sogar zwei Alternativen.

Viele Betriebe sind von dieser Kultur noch weit entfernt.
Manche Mitarbeiter haben Angst, eine eigene Entscheidung zu treffen. Denn dann haben sie auch die Verantwortung und müssen dafür geradestehen. Deshalb muss man klären, wer welche Entschei-

dung treffen darf, und deutlich machen, dass man zu dieser Entscheidung eines Mitarbeiters steht. Die Mitarbeiter können auch die Abnahme mit dem Kunden machen. Ich selbst führe später nach Beendigung des Auftrags ein Abschlussgespräch mit dem Kunden. Das gibt mir den Spielraum, mich als Unternehmer um die strategischen Aspekte des Betriebs zu kümmern. Das hat auch etwas mit einer erfolgreichen Nachfolgeregelung zu tun: Ein Betrieb, der ohne Chef nicht funktioniert, hat keinen Wert. Der Wert eines Unternehmens liegt in der Qualität des Teams, wie gut der Kundenstamm ist und ob das Ganze auch funktioniert, wenn der Chef selbst nicht mehr da ist.

Bei Beratungen fragen Sie die Mitarbeiter, was sie ändern würden, wenn sie Chef wären. Was wird da geantwortet?
Die meisten wünschen klarere Abläufe und mehr Information. Sie möchten wichtige Dinge direkt vom Chef erfahren.

Gibt es Mitarbeiter, die nur eigene Interessen vortragen: etwa mehr Urlaub oder mehr Geld?
Manche sagen einfach gar nichts. Hier ist dann oft die Identifikation mit der Firma nicht mehr da, die Loyalität weg. Manche sind unzufrieden, weil sie an der falschen Stelle in der Firma eingesetzt werden.

Wollen Mitarbeiter grundsätzlich loyal und motiviert sein?
Mitarbeiter, die nicht motiviert sind, kann man nicht motivieren. Entweder die kommen schon motiviert oder man muss damit leben, dass sie sich nicht motivieren lassen. Die Motivation muss vom Mitarbeiter selbst kommen. Auch Geld nützt da nichts. 
olaf.deininger@handwerk-magazin.de



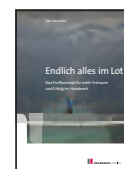
Kolumne „Mehr Freiraum durch Erfolg“

Am 1. April starten wir die monatliche Kolumne von Udo Herrmann mit Tipps zu Organisationsfragen:
handwerk-magazin.de/udoherrmann



Buch „Endlich alles im Lot“

Das neue Buch „Endlich alles im Lot“ erscheint am 16.04., 34,90 € (bis 31.05. Subskriptionspreis: 29,90 €):
holzmann-medienshop.de/herrmann



Wie sieht es mit der Motivation aus?

Mitarbeiter wollen wissen, wer was entscheiden darf. Wenn Unsicherheit bei Entscheidungen besteht, ist es für den Mitarbeiter eine schlechte Situation. Hier nützt eine klare Aufgabenverteilung, am besten festgelegt in einem Organigramm.

Es ist also keine gute Idee, dass der Chef alles entscheidet?

Wenn der Chef alles entscheidet, wird er kein Team kreieren können. Wenn alles von oben nach unten dirigiert wird, ist das ein hierarchischer Führungsstil. Der hat ausgedient. Er ist zwar im Handwerk oft noch üblich, doch damit kann man die guten Mitarbeiter, die jungen Talente, die sich entfalten wollen, nicht halten.

Was sollen Chefs tun, wenn sie befürchten, dass ihre Leute nicht immer die richtigen Entscheidungen treffen?

Natürlich gehe ich auch davon aus, dass ich als Chef viele Entscheidungen anders getroffen hätte. Aber das ist nicht der Punkt. Entscheidend ist, dass der Kunde am Ende begeistert ist. Wenn die Entscheidungen der Mitarbeiter dazu führen, dass die Kunden am Ende begeistert

MINIABO

DREI AUSGABEN UND GRATIS WILLKOMMENSGESCHENK SICHERN



**handwerk
magazin**

3 AUSGABEN testen
und **GESCHENK** erhalten

Prüfen Sie 'handwerk magazin' drei
Ausgaben lang für nur

17,20 € statt 25,80 €

Sparen Sie mehr als 30 Prozent und
profitieren Sie zusätzlich von einem
kleinen Willkommensgeschenk!

**Weichmacherfreier Coffee To Go
Becher aus Bambus**

Der innovative Kaffee-Becher besteht
hauptsächlich aus natürlichen Roh-
stoffen (Bambusfasern und Maismehl)
und ist somit sehr umweltfreundlich.

www.handwerk-magazin.de/shop Telefon: **+49 8247 354-143** Fax: **+49 8247 354-170**

Bitte schicken Sie mir die nächsten drei Ausgaben für nur 17,20 € inkl. MwSt. und Versand (Ausland plus Porto).
Zusätzlich erhalte ich das ausgewählte 'handwerk magazin'-Willkommensgeschenk. Gebe ich nicht innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt des dritten Heftes Bescheid, dass ich
keine weitere Lieferung wünsche, erhalte ich 'handwerk magazin' zum Jahresbezugspreis von zzt. 99,90 € inkl. MwSt. jeden Monat frei Haus (Ausland 114,30 €).
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 Bezugs-
jahres 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**.

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:

LÄNDLICHER RAUM

BETRIEBE drohen abgehängt zu werden

Für das Handwerk sind ländliche Räume keine Resträume, sondern Zukunftsräume. Dafür müssten allerdings die Unternehmensstandorte in den Regionen gesichert und den Betrieben die infrastrukturelle Ausstattung verschafft werden, die sie für ihr wirtschaftliches Handeln benötigen. Diese Forderung stellte der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) auf einer Fachtagung auf der Internationalen Handwerksmesse in München auf. Wenn dies nicht gelinge, seien mehr als eine Million Arbeitsplätze und wichtige Versorgungsstrukturen in den ländlichen Räumen gefährdet. „Ohne einen Anschluss an die digitalen Datenautobahnen gibt's für unsere Betriebe im ländlichen Raum keinen Weg in die Zukunft, sie werden abgehängt“, erklärte ZDH-Generalsekre-

tär Holger Schwannecke. „Deshalb brauchen wir schnell bis in jedes kleinste Dorf Glasfaser.“ Wenn das nicht gelinge, drohe eine Verödung ländlicher Regionen. Von den eine Million Betrieben des Handwerks sind weit mehr als die Hälfte in ländlichen Regionen angesiedelt. Das Handwerk sieht sich bei der Stabilisierung von ländlichen Räumen in der Verantwortung, regionale Wertschöpfungsketten aufzubauen und die Nutzung und Verarbeitung regionaler Erzeugnisse zu unterstützen. Der ZDH fordert deshalb neben flächendeckenden Anschlüssen mit Glasfaser und mobilem Internet auch mehr attraktive Gewerbeflächen und moderne und gut erreichbare Bildungseinrichtungen in der Fläche.



rm

Glasfaser braucht das kleinste Dorf, fordert der ZDH.

»Unsere Industrie – Hersteller, Zulieferer sowie die Hersteller von Anhängern, Aufbauten und Bussen – steht in einem historischen Umbruch.«

Bernhard Mattes, neuer Präsident des Verbandes der Automobilindustrie. Der Umbruch sei geprägt von Elektrifizierung, Digitalisierung, autonomem Fahren, neuer Mobilitätskonzepte, weiterer Verbrauchs- und Emissionsreduzierung.

ELEKTRO- UND INFORMATIONSTECHNISCHE HANDWERKE

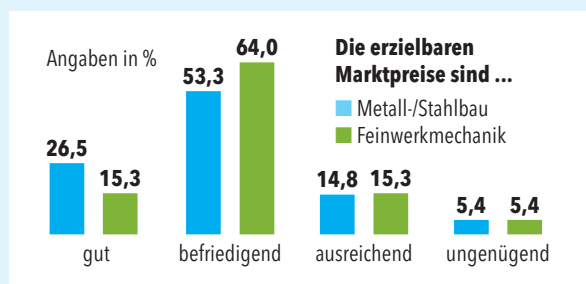
Die TOP-UMSATZBRINGER

Der Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH) hat seine Mitgliedsbetriebe nach den größten Umsatzbringern und Auftraggebern befragt. Projekte in der Energie- und Gebäudetechnik sind für gut zwei Drittel des Umsatzes bei den Betrieben verantwortlich (67,4 Prozent). Erst mit großem Abstand folgen die Informations- und Telekommunikationstechnik (10,3 Prozent) sowie die Automatisierungstechnik (4,8 Prozent). Die meisten Aufträge erhalten die Unternehmen der Elektrohandwerke weiterhin von der gewerblichen Wirtschaft (38 Prozent) und von privaten Auftraggebern (37 Prozent).

rm

METALLHANDWERK

Betriebe verdienen gut und wollen INVESTIEREN



79 Prozent der Unternehmen finden die Marktpreise derzeit befriedigend bis gut. Das ergab eine Umfrage des Bundesverbandes Metallhandwerk.

Trotz der ohnehin hohen Auslastung erwartet jedes fünfte Metallbauunternehmen (21,9 Prozent) im ersten Halbjahr 2018 noch einmal eine Verbesserung. Das sind fünf Prozent mehr als vor einem Jahr. 64 Prozent erwarten, dass die Lage so gut bleibt, wie sie ist. Das Gleiche gilt für die Feinwerkmechanik-Branche. 23,6 Prozent erwarten in den nächsten Monaten noch weitere Verbesserungen. Die Zahl der Feinwerkmechanik-Betriebe, die eine Verschlechterung erwarten, ist von 13,2 Prozent auf 8,6 Prozent gesunken. 64,6 Prozent gehen davon aus, dass die Lage so gut bleibt, wie sie ist. Diese Zahlen nannte der Bundesverband Metall. Fast 60 Prozent der Metallbauer wollen in diesem Jahr investieren. Das sind rund 7 Prozent mehr als 2017. Bei der Feinwerkmechanik ist die Investitionsplanung mit 50 Prozent unverändert hoch.

rm

35.000 NEUE MITARBEITER sollen eingestellt werden

Für die rund 385.000 Mitgliedsbetriebe der Bundesvereinigung Bauwirtschaft erwartet der Verband einen Umsatz von 324 Milliarden Euro in diesem Jahr, das ist ein Plus von 2,6 Prozent nach rund 3 Prozent im letzten Jahr. „Ohne einen weiteren Zuwachs an Beschäftigung werden wir dieses nicht leisten können, wir rechnen daher mit rund 35.000 Beschäftigten, die wir in diesem Jahr zusätzlich einstellen werden“, erklärte der Vorsitzende der Bundesvereinigung Bauwirtschaft, Karl-Heinz Schneider, auf der Internationalen Handwerkmesse in München. Das Bauhauptgewerbe und der Garten- und Landschaftsbau werden mit einem Umsatzwachstum von gut 3 Prozent auf 107 Milliarden Euro Schrittmacher dieser Entwicklung bleiben. Sie fällt allerdings verhaltener als im Vorjahr aus, weil der Wohnungsbau keinen ganz so großen Sprung mehr machen dürfte. So zeigt sich im Ein- und Zweifamilienhausbau eine Stabilisierung der Nachfrage bei gut 100.000 Wohnungen. Allein im Mehrfamilienhausbau dürften mit rund 175.000 Wohnungen deutliche Wachstumsraten zu erzielen sein. Schneider forderte in diesem Zusammenhang eine zügige Umsetzung der Koalitionsvereinbarung, wie zum Beispiel zur Baulandbereitstellung, zur Wohneigentumsbildung und zur Förderung der energetischen Gebäudesanierung.



Vorsitzender Karl-Heinz Schneider (re.) und Geschäftsführer Felix Pakleppa fordern mehr Baulandbereitstellung.

rm

NEUE MARKT-STUDIEN

MEHR PLEITEN im Kfz-Gewerbe



ELEKTROMOBILITÄT Laut Markt- und Wirtschaftsforschungsunternehmen EuPD Research wollen sich neun Prozent von 500 befragten deutschen Hausbesitzern noch im Jahr 2018 mit der Kaufabsicht für ein Elektromobil befassen. Insgesamt 91 Prozent dieser Hausbesitzer mit Kaufabsicht für ein Elektromobil im Jahr 2018 planen parallel die Anschaffung einer Fotovoltaik-Anlage. www.eupd-research.com



SANIERUNG Der Auszug der Kinder zählt zu den wesentlichen Gründen für eine Renovierung des Hauses oder der Wohnung. Aktuell ziehen vielfach die Kinder der Babyboomer-Generation (1960 bis 1970 geboren) aus, und ein großer Teil dieser Bevölkerungsgruppe denkt über Renovierungen nach und verfügt auch über die nötigen Mittel dazu. Trotzdem stagniert die Sanierung, belegt eine Studie der B+L Marktdaten GmbH in Bonn. www.bl2020.com



KFZ-GEWERBE Im deutschen Kfz-Gewerbe (Handel inkl. Reparatur) ist es im Jahr 2017 gegen den allgemeinen Trend zu einem Anstieg der Insolvenzen gekommen. Der Wirtschaftsinformationsdienstleister Creditreform registrierte zwischen Januar und Dezember 2017 die Insolvenz von 640 Unternehmen (2016: 584). Das entspricht einem Plus von 9,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit vollzieht sich eine Trendwende. Noch 2016 waren weniger Insolvenzen im Kfz-Gewerbe gezählt worden. www.creditreform.de

WORKWEAR
DIE MIT DIR DURCHHÄLT

HARTNÄCKIG	DETAILVERLIEBT	PERSÖNLICH
INDUSTRIELL WASCHBAR	FEATURES, PERFEKT FÜR DEINEN JOB	DEIN LOGO AUF DER KLEIDUNG

SICHERE DIR JETZT
10% FRÜHLINGSRABATT*
MIT DEM CODE:

DASHANDWERK

* Einlösbar vom 03.04.-06.05.2018, einmalig gültig und nicht kombinierbar, nicht einlösbar auf getätigte Einkäufe.



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

»Eine schlechte
Bewertung
kostet uns zehn
potenzielle
Neukunden.«

Friseurmeisterin Stefanie Linn-Dietze
und Ehemann Alexander Dietze nehmen
Bewertungsportale sehr ernst.

SECHS, setzen!

Handwerker müssen sich im Netz von Kunden benoten lassen. Ob sie wollen oder nicht. Solche **Bewertungsportale** sind für potenzielle Kunden inzwischen eines der wichtigsten Auswahlkriterien bei der Handwerkersuche. Doch wie genau funktionieren diese Portale? Wie kann man Online-Benotungen nutzen? Und wie steigt man am besten in aktives Reputations-Management ein?

Autorin **Sarah Sommer** Fotografen **Tim Wegner, Christian Hüller**

A

Alexander Dietze macht keine halben Sachen. Als er im Jahr 2013 gemeinsam mit seiner Frau, Friseurmeisterin Stefanie Linn-Dietze, entschied, aus einem kleinen Friseursalon in Gießen eine professionell aufgestellte Friseur-Kette zu machen, ging er das Projekt daher systematisch an. „Ich habe mir erst einmal genau angeschaut, wie potenzielle Kunden heute nach einem neuen Friseur suchen und worauf sie dabei Wert legen“, berichtet Dietze.

Seine Antwort lautet kurz und knapp: Kunden suchen heute online nach Dienstleistern wie Friseuren und anderen Handwerkern. Dabei verlassen sie sich vor allem auf Bewertungen und Erfahrungsberichte anderer Kunden. Eine repräsentative Umfrage des Nürnberger Marktforschungsinstituts GfK im Auftrag des Kölner Lokalmarketing-Dienstleisters Greven Medien aus dem vergangenen Jahr zeigt, wie wichtig Bewertungsportale im Internet heute für den Geschäftserfolg sind: Mehr als 66 Prozent der Bundesbürger erkundigen sich vor

Bewertungen werden immer wichtiger

Kundenbewertungen sind schon heute ausschlaggebend für die konkrete Kaufentscheidung potenzieller Kunden. Für jüngere Zielgruppen sind Bewertungsportale ein ganz alltäglicher Weg, um sich über Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen zu informieren.

66,4 %

aller Bundesbürger erkundigen sich vor einer verbindlichen Kaufentscheidung zunächst nach Bewertungen im Internet.

31,9 %

der Konsumenten geben an, dass Bewertungen ihre Kaufentscheidung deutlich beeinflussen.

52,2 %

der 20 bis 39-Jährigen werfen häufig einen Blick in Bewertungsportale.

Quelle: GfK-Studie im Auftrag von Greven Medien 2017

einer Kaufentscheidung zunächst nach den Online-Bewertungen.

Erst nachdem sie nach anderen Meinungen und Kommentaren im Netz gesucht haben, klicken sich potenzielle Kunden durch bis zur eigentlichen Homepage (57,9 %), kontaktieren das Unternehmen telefonisch, per E-Mail oder persönlich (34,5 %) oder suchen nach der Präsenz des Unternehmens in sozialen Netzwerken (11,3 %).

CUSTOMER JOURNEY ENTSCHIEDET

Der Eindruck, den sie bei diesem im Marketingssprech als „customer journey“ bezeichneten Weg bis zur Kaufentscheidung vom Unternehmen gewinnen, entscheidet heute über Erfolg und Misserfolg im Neugeschäft. Die Bedeutung klassischer Mund-zu-Mund-Propaganda nimmt ab – denn selbst wer eine direkte Empfehlung von Freunden bekommt, checkt meist online noch einmal, ob sich die Erfahrungen anderer Kunden mit dieser Empfehlung decken. „Diese Entwicklung verunsichert viele Unternehmer“, weiß Lokalmarketing-Anbieter Patrick Hünemohr von Greven Medien aus Beratungsgesprächen. Die Vorbehalte: Sind diese Bewertungsportale überhaupt seriös? Da macht mich doch nur der ➤



»Durch die Prominenz von Google sind schlechte Rezensionen zum Geschäftsrisiko geworden.«

Carsten Gulden, Fachanwalt für Medienrecht
in der Mainzer Kanzlei Gulden Röttger.

Konkurrent schlecht! Oder: Sind das nicht sowieso alles Fake-Bewertungen? „Vor allem die Angst vor schlechten Bewertungen, die den Ruf des Unternehmens nachhaltig beschädigen könnten, ist weit verbreitet“, sagt Hünemohr.

NICHT OHNE RISIKO

Nicht ganz zu Unrecht, gibt Friseur-Unternehmer Dietze zu bedenken. „Eine gute Bewertung bringt einen neuen Kunden. Eine schlechte Bewertung kostet uns zehn potenzielle Neukunden“, fasst er seine Erfahrungen zusammen. „Das ist nicht nur so dahergeredet, das merken wir ganz handfest am Neukundenzufluss.“ Wenn ein oder zwei Wochen lang plötzlich deutlich weniger Kunden kommen, stecke fast immer eine schlechte Online-Bewertung dahinter.

Dietze kann den Zusammenhang zwischen digitalen Kunden-Kommentaren und realem Neugeschäft im Laden so genau benennen, weil er Online-Bewertungsportale als Instrument für Marketing und Vertrieb einsetzt und laufend

analysiert, was die Kunden des Friseursalons online sagen. Das sei aufwändig, aber wichtig: „Man steht online im direkten Vergleich mit etablierten großen und kleinen Wettbewerbern. Und nahezu alles, was im Salon passiert, ist transparent.“ Zweite Erkenntnis: „Online-Bewertung ist nicht gleich Online-Bewertung“, konstatiert Dietze. Da sind zum einen die „Giganten“ der Online-Welt, an denen man ihrer enormen Reichweite wegen nicht vorbeikommt: Die Suchmaschine Google und Social-Media-Portale wie Facebook. Beide Konzerne bieten eigene Bewertungsfunktionen für Unternehmen an. Das Prinzip: Notenvergabe via Bewertungs-„Sternchen“ und die Möglichkeit, einen Kommentar zu hinterlassen.

GOOGLE PRÄGT DEN ERSTEN EINDRUCK

Während Firmen sich bei Facebook entscheiden können, ob sie dort präsent sein und sich bewerten lassen wollen, lässt Suchmaschinen-Platzhirsch Google Unternehmen gar keine Wahl. Aus öffentlichen Verzeichnissen und den Daten anderer Portale sucht sich der Google-Algorithmus Informationen über jedes Unternehmen zusammen, verlinkt es auf Google-Maps und stellt vollautomatisch ein Firmenprofil inklusive Angaben zu Standort, Öffnungszeiten und einem Überblick über eigene und externe Bewertungen aus den verschiedensten Online-Quellen zusammen.

Dieses Google-My-Business-Profil inklusive Bewertungen ist meist das erste, das Kunden bei der Suche nach einem Unternehmen begegnet. Denn es wird prominent direkt neben den ersten Suchergebnissen präsentiert. „Google treibt diese Funktion seit etwa zwei Jahren sehr stark voran“, sagt Karsten Gulden, Fachanwalt für Medienrecht der Mainzer Kanzlei Gulden Röttger, die als eine der ersten Adressen für Neue Medien gilt. Gulden bekommt regelmäßig Anrufe von Handwerkern, die rechtlich gegen rufschädigende Bewertungen im Netz vorgehen wollen. „Durch die Prominenz der Rezensionen bei Google sind schlechte Bewertungen zum echten Geschäftsrisiko geworden“, stellt der Anwalt fest.

SCHLECHTE NOTEN LÖSCHEN LASSEN

Wenn ihn aufgebrachte Unternehmer anrufen, hat er eine gute Nachricht für sie: Schlechte Bewertungen, die objektiv betrachtet übertrieben, ganz oder in Teilen falsch oder gar vollständig erfunden sind,

und solche Bewertungen, die persönlich beleidigend sind, können Unternehmer löschen lassen. „Nach einigen Tagen oder spätestens vier bis sechs Wochen, nachdem man rechtliche Schritte einleitet, ist das Thema meistens erledigt, die Bewertung gelöscht.“

Die schlechte Nachricht: Ist ein Kunde tatsächlich mit einer Leistung nicht zufrieden, hat der Handwerker einen Fehler gemacht, sich unfreundlich verhalten, mangelhafte Ware geliefert oder hat schlicht die Chemie nicht gestimmt zwischen Handwerker und Kunde – dann darf der Kunde das auch öffentlich so aufschreiben, anonym oder unter sei- ➤

Portale im Überblick

Wenn Unternehmer ihren Firmennamen bei Google eingeben, sind sie oft überrascht, wie viele Bewertungen es für ihren Betrieb auf unterschiedlichsten Seiten gibt. Hier ein Überblick der Portale.

1 Kundenbewertungsportale bzw. Bewertungsportale für Kundeneinschätzungen

Auf Portalen wie Yelp, Foursquare, Golocal, wirsindhandwerk.de oder werkstattcheck.de bewerten Kunden Unternehmen und Dienstleister aller Art. Darum geht es in diesem Beitrag.

2 Arbeitgeberbewertungsportale bzw. Bewertungsportale für Mitarbeiter-einschätzungen

Auch die eigenen Mitarbeiter (und Ex-Mitarbeiter) bewerten Unternehmen. Gute Bewertungen bei Portalen wie kununu.de, glassdoor.de, jobvoting.de oder meinchef.de sind in Zeiten des Fachkräftemangels sehr wichtig, um neue Mitarbeiter zu finden. Aber auch potenzielle Kunden können abgeschreckt werden, wenn sie bei ihrer Suche nach Handwerkern im Netz über schlechte Mitarbeiterbewertungen stolpern.

3 Auftragsvermittlungsportale

Diese Portale vermitteln Aufträge an Handwerker, Freiberufler und andere Dienstleister. Handwerksbetriebe können ihre Produkte und Dienstleistungen direkt anbieten und sich um konkrete Aufträge bewerben. Auch diese Portale sind eine Quelle für Kundenbewertungen: Nutzer des Portals können Handwerker nach getaner Arbeit bewerten. Bekannteste Portale für Handwerker: myhammer.de und blauarbeit.de

Marktübersicht und Produktvergleich Unterschiede beim Reputations-Management

Bei der Vielzahl an Bewertungsportalen im Netz verliert man schnell den Überblick. Diese Online-Portale sollten Sie kennen – und wissen, welches

Geschäftsmodell dahintersteckt, und was die unterschiedlichen Online-Dienstleistungen der Portale kosten.

PORTALNAME	ART DES PORTALS	ZIELGRUPPE (Branche, Gewerk)	ZUSATZDIENSTLEISTUNGEN	KOSTEN
YELP yelp.de	Allgemeines Portal zur Bewertung von Dienstleistern	Dienstleister allgemein	Teilen/Einbetten von Yelp-Bewertung auf eigener Webseite; Mobile App	In Deutschland: derzeit nur kostenfreier Basis-Account möglich
GOLOCAL / MEINUNGSMEISTER golocal.de	Allgemeines Portal zur Bewertung von Dienstleistern	Dienstleister allgemein	Über den Dienstleister „Meinungsmeister“ Vorlagen für Sammeln und Managen von Bewertungen; Marketingmaterial; Einbindung auf Unternehmensseite usw.	Basis-Account frei, Premium-Account kostet / kostenpflichtige Anzeigen für golocal.de und Partner-Portale
FACEBOOK BEWERTUNGEN facebook.de	Social-Media-Plattform mit der Zusatzfunktion Firmen-Bewertung	Unternehmen aller Branchen	Analyse-Tools; Facebook-Werbeanzeigen	Account und Bewertungen kostenfrei; Werbeanzeigen kostenpflichtig (ab 0,50 Dollar/Tag)
GOOGLE MY BUSINESS/GOOGLE MAPS google.com/business	Suchmaschine und Routing-Plattform (Maps) mit Firmen-Bewertung	Unternehmen aller Branchen	Design-, Profilmanagement- und Analyse-Tools; Google-Ads-Kampagnen	Account und Bewertungsmanagement kostenfrei; zusätzlich Angebot kostenpflichtiger Werbeanzeigen
KENNSTDUEINEN / WINLOCAL kennstdueinen.de	Allgemeines Portal zur Bewertung von Dienstleistern	Dienstleister allgemein	Vorlagen für Online- und Offline-Bewertungsbögen; Einbindung Bewertungen auf Webseite und Anbindung an Google MyBusiness-/Google Maps-Profil und weitere Partner-Portale; Analyse-Tools	Kostenlose Basic-Version, kostenpflichtige „Premium-Profile“ und Gutschein-Marketing-Aktionen über die Plattform
PROVENEXPERT provenexpert.com	Meta-Portal: Sammelt Bewertungen von anderen Seiten/Quellen und aggregiert diese	Selbstständige und Unternehmer	Rund 320 Partner-Portale; Vorlagen für Online-Umfragen; Bewertungs-Siegel zur Einbindung auf Webseite. Profilinhaber können entscheiden, welche Bewertungen auf der Profseite veröffentlicht werden	Kostenlose Basis-Version, kostenpflichtige Zusatzdienstleistungen (ab 9 Euro bis 69 Euro/Monat)
WIRSINDHANDWERK wirsindhandwerk.de	Handwerker-Portal	Handwerker aller Gewerke	Unternehmensprofil mit Referenzgalerien und Stellenanzeigen; Bewertungs-Management, Profil-Einrichtung; Telefonservice, Reklamationsmanagement. Bewertungen werden vor Veröffentlichung verifiziert	Kostenloses Basisprofil, kostenpflichtige Premium-Accounts (29 Euro bis 99 Euro/Monat)
QIH QUALITÄT IM HANDWERK qih.de malertest.de und weitere	Handwerker-Portal	Handwerker aller Gewerke, Voraussetzung: Mitgliedschaft in der jew. Innung	Bereitstellung von Bewertungs-Postkarten und Bewertungs-Online-Portal für Kunden; Auswertung der Bewertungen; Erstellen von „Gütesiegel“ bei sehr guten und guten Bewertungen; kostenpflichtige Werbematerialien	Jährlicher Mitgliedsbeitrag (199 Euro); ggf. Kosten für zusätzliche Werbematerialien mit Siegel
HANDWERKER2018 handwerker2018.de	Handwerker-Portal	Sammelportal mit Daten aus 23 verschiedenen Fachportalen für einzelne Gewerke	Keine Bewertung durch Kunden, sondern Bewertung durch Portal-Betreiber selbst nach Kriterien wie Qualifikationen/Zertifizierungen/Jahresumsatz/Erfahrung	Jährlicher Mitgliedsbeitrag (100 Euro)
HOZZ houzz.de	Handwerker-Portal	Dienstleister rund um Bau, Renovieren, Design und Wohnen	Projektmanagement, Präsentation von Projekten/Produkten; Online-Magazin und Community zu Bau- und Wohnthemen; Kontakt zu Fotografen	Kostenloses Basisprofil, kostenpflichtige Premium-Accounts, kostenpflichtige Werbeanzeigen, Premium-Accounts ab 220 Euro im Monat
WERKSTATTKENNER werkstattkenner.de	Handwerker-Portal	freie Kfz-Werkstätten	Bewertungen von Kunden, die ihre Identität preisgeben, sich bereiterklären, von der Werkstatt kontaktiert zu werden, werden höher bewertet; Google-Optimierung; Bewertungs-Siegel für Website	Monatlicher Mitgliedsbeitrag (19,95 Euro)



»BEWERTUNGEN am besten direkt vor Ort beim Kunden einsammeln«

In der Facebook-Gruppe von handwerk magazin diskutieren Unternehmer über das Für und Wider von Bewertungsportalen. Hier der Link: www.facebook.com/groups/930278633819566 (Die Teilnahme an der Gruppe ist kostenlos).



Manuela Nemela, Chefin des Landshuter SHK-Unternehmens Nemela Gerhard, nutzt etwa das Portal qih.de: „Hier können Kunden per Bewertungskarte, die wir mit der Rechnung mitschicken, uns direkt bewerten oder online auf dem Portal.“ Die Rücklaufquote sei gut – wohl auch deshalb, weil das Portal regelmäßig unter den Rezensenten eine Urlaubsreise verlose.



Julian Trebes, Inhaber von Trebes Raumausstattung in Altenkunstadt, nutzt provenexpert.de und findet: „Das Geld ist besser angelegt als bei einem Telefonbucheintrag.“ Bei solchen bezahlten Portalen könne „auch nicht jeder einfach etwas schreiben. Bei Facebook kann ja theoretisch jeder Bewertungen schreiben, egal ob Kunde oder Konkurrent.“



Silke Frischemeier, Inhaberin des Meisterbetriebs Parkett Frischemeier im nordrhein-westfälischen Wuppertal, rät dazu, Kunden direkt vor Ort nach erfolgter Dienstleistung oder möglichst rasch nach Auftragsende am Telefon persönlich um Bewertungen bei verschiedenen Portalen zu bitten. Denn: „Bewertungen sind gut für das Gefühl der Kunden.“

nem richtigen Namen. Und Online-Anbieter dürfen diese Bewertungen sammeln und veröffentlichen.

Ob Unternehmern das nun gefällt oder nicht, ist internationalen Internetkonzernen wie Google und Facebook weitestgehend egal. Für sie sind Bewertungen nur Mittel zum Zweck – sie wollen möglichst relevante Informationen für ihre Nutzer anbieten und möglichst viele Besuche und Interaktionen auf ihren Seiten generieren, um wiederum möglichst viele Daten zu sammeln und an Werbetreibende zu verkaufen. Google bietet Unternehmern allerdings an, das ohnehin vorhandene Firmenprofil selbst zu bearbeiten und zu pflegen. Über „Google My Business“ können Unternehmer sich das Profil zu eigen machen, ihre Identität als Firmeninhaber oder Beauftragter des Unternehmens bestätigen, Informationen verändern oder bestätigen und eigene Inhalte und Bewertungen hinzufügen. Je besser gepflegt ein Unternehmensprofil ist, umso höher steigt es im Google-Ranking, also auch in den Suchergebnissen.

SPEZIALISTEN FÜR HANDWERKER

Ein anderes Geschäftsmodell verfolgen Bewertungsportale für Unternehmer wie kennstduenein.de, golocal.de oder auf das Handwerk spezialisierte Seiten wie wirsindhandwerk.de, qih.de, werkstattkenner.de oder houzz.de. Sie erstellen zwar ebenfalls Profile von Unternehmen auf Basis von öffentlich verfügbaren Daten, ohne dabei vorher um Erlaubnis zu fragen. Allerdings ist ihr eigentliches Ziel, sich Unternehmern als Lokalmarketing-Dienstleister anzubieten.

Wer sich bei solchen Portalen anmeldet und eine kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft abschließt, erhält etwa Zugriff auf Analyse-Werkzeuge, wird bei neuen Bewertungen benachrichtigt oder wird besonders prominent mit Fotos und Referenzen auf dem Portal präsentiert. Weitere typische Zusatz-Dienstleistungen solcher Portale: Unternehmer können Bewertungen des Portals auf der eigenen Homepage einbinden. Sie erhalten Feedback-Bögen, mit denen sie Bewertungen direkt selbst bei ihren Kunden einsam-

eln können, Vorlagen für Online-Umfragen und -Formulare und weiteres Marketingmaterial. Einige Anbieter werben auch damit, dass sie die Webseite der Unternehmer für Suchmaschinen optimieren und Online-Werbekampagnen organisieren. Oder sie versprechen, jede Bewertung vor der Veröffentlichung auf ihre Echtheit zu überprüfen.

Anbieter wie provenexpert.de oder handwerker2018.de sammeln Bewertungen aus mehreren anderen Bewertungsportalen und machen daraus eine Gesamtbewertung, die Unternehmer wie eine Art „Gütezeichen“ verwenden können. Die Argumentation all dieser Dienstleister lautet: Wir sind Profis in Sachen Suchmaschinenoptimierung und „Reputationsmarketing“ – unsere Portale erscheinen in den Suchergebnissen von Google und Co. noch vor eurer eigenen Firmen-Homepage und beeinflussen die Entscheidung potenzieller Kunden für oder gegen euren Betrieb. Wenn ihr selbst Einfluss nehmen wollt, was eure Kunden dort zu sehen bekommen, dann werdet bei uns Mitglied.

SCHNELLER EINSTIEG IN DIE LERNKURVE

Wenig überraschend lassen sich die Portalbetreiber ihre Dienstleistungen gut bezahlen. Rund 2.000 Euro im Monat hat etwa das Friseur-Unternehmerpaar Dietze in den ersten Jahren nach dem Start ihres Salons Linn Hairstyle in den Auftritt bei Bewertungsportalen investiert. „Nachdem uns klar geworden ist, wie wichtig Bewertungsportale gerade für einen jungen, noch unbekannten Salon sind, haben wir gezielt Mitgliedschaften bei einem Bewertungsportal abgeschlossen“, berichtet Dietze. Er entschied sich für das Portal kennstduenein.de. „Natürlich gibt es Dutzende anderer Anbieter – aber das ist ja auch eine Frage der Zeit und Kosten. Dass es das Portal geworden ist, war auch ein wenig Zufall.“

Zu Beginn schloss Dietze jeweils die teuersten „Premium“-Angebote mit maximalen Zusatzdienstleistungen ab – auch, weil er von den Profis bei den Portalen lernen wollte, wie das funktioniert mit der Suchmaschinenoptimierung. „2.000 Euro monatlich, das ist viel Geld, keine Frage. Aber wir waren ein Start-up und wollten schnell sein, schnell bekannt werden, schnell eine Marke aufbauen, schnell wachsen.“ Dietze ist überzeugt: „In der digitalen Welt fressen nicht die Großen die Kleinen, sondern die Schnellen



die Langsamten.“ Der Erfolg seiner Online-Strategie, findet er, gibt ihm recht: „Wir haben schnell einen zweiten Laden eröffnet und sind innerhalb von nur fünf Jahren zu einem der größten und bekanntesten Friseursalons in Frankfurt herangewachsen.“ Das liege auch an einem stringent auf anspruchsvolle Kunden zugeschnittenen Ladenkonzept. „Ohne Bewertungsportale hätten wir das nicht geschafft. Jedenfalls nicht so schnell.“ 90 Prozent der Neukunden seien in den ersten beiden Jahren über Bewertungsportale gekommen. Inzwischen liege die Quote digitaler zu analoger Empfehlungen etwa bei 50 zu 50. „Nach etwa zwei Jahren, als wir an Bekanntheit gewonnen hatten, habe ich die Investitionen in Bewertungsportale heruntergefahren“, berichtet Dietze. Inzwischen zahlt er nur noch wenige Hundert Euro im Monat. „Das heißt nicht, dass es jetzt ein Selbstläufer ist. Man muss dranbleiben, die Bewertungen und das Google-Ranking im Blick behalten.“

»Zufriedene Kunden schreiben keine schlechten Online-Bewertungen.«

Holger Wilhelm, Tischlermeister aus dem hessischen Wehretal, glaubt an den direkten Dialog mit dem Kunden.

Das sieht Holger Wilhelm ähnlich. Der Tischlermeister aus dem hessischen Wehretal will das Bewertungs-Management allerdings gleich ganz in eigene Hände nehmen, statt diese Aufgabe Online-Dienstleistern zu überlassen. „Das Konzept der Bewertungsportale hat mich nicht ganz überzeugt“, sagt Wilhelm. „Ich bin nicht sicher, ob die Dienstleis-

tungen, die man bekommt, das Geld tatsächlich wert sind.“ Die Portale würden die Aufmerksamkeit eher vom Unternehmen ablenken. „Wenn ich etwa Bewertungsbögen der Portale an Kunden verteile, steht darauf, dass sie mich direkt auf der Seite des Portals bewerten sollen, und auf dem Vordruck ist das Logo des Portals. Das ist erst mal Werbung für das Portal, nicht für mich. Das sorgt dafür, dass Kunden statt auf meine Homepage auf die des Bewertungsportals gehen.“

Je nach Service-Paket werde Kunden auch empfohlen, sich bei Feedback zur Dienstleistung des Handwerkers direkt an eine Telefonnummer des Bewertungsportals zu wenden. „Das kann es nicht sein: Ich will ja direkt mit meinen Kunden in Kontakt treten und sie an mich binden, nicht an das Portal. Die sollen mich direkt anrufen oder meine Mitarbeiter, wenn ihnen etwas nicht gefällt oder sie ein Lob aussprechen wollen.“

AKTIV RÜCKMELDUNG EINHOLEN

Wilhelm arbeitet seit zwei Jahren mit kennstduen.de zusammen, außerdem seit einem Jahr mit houzz.de. „Inzwischen habe ich aber nur noch einen kostenfreien Basis-Account bei houzz.de, ohne große Zusatzdienstleistungen.“ Nun will er eigene Feedback- und Bewertungsbögen für seine Kunden entwickeln und sie um Bewertungen direkt auf der eigenen Seite oder bei Google bitten. Seine zwölf Mitarbeiter schult Wilhelm derweil regelmäßig in Sachen Kundenkommunikation. Bevor er eine Rechnung verschickt, ruft er Kunden grundsätzlich an und fragt, ob sie zufrieden sind mit seiner Leistung, schafft kleinere Probleme kulant direkt aus der Welt. Solche persönlichen Feedback-Gespräche seien wertvoller als jeder Online-Fragebogen: „Wenn ich mit Kunden im persönlichen Austausch bin und auf Feedback direkt reagieren kann, schreiben sie hinterher auch nicht in irgendeinem Online-Portal ihren Frust runter.“

hm

olaf.deiningner@handwerk-magazin.de

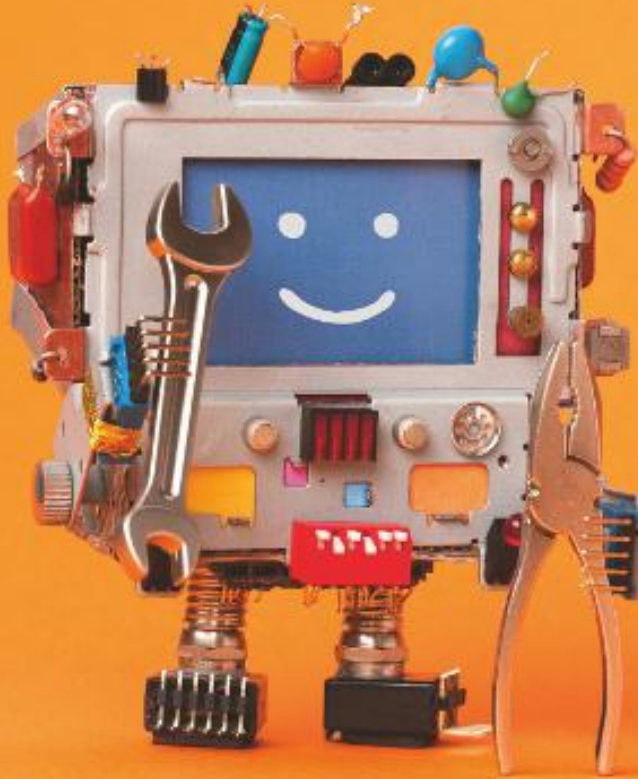


Erfolgsfaktor Online-Marketing

Noch mehr Informationen zu Online-Marketing sowie Tipps und Checklisten zur Umsetzung finden Sie unter:

www.handwerk-magazin.de/online-marketing





DIGITALISIERUNG der kaufmännischen Prozesse im Handwerk

Eine aktuelle Studie von DATEV und handwerk magazin zeigt, dass die Digitalisierung der kaufmännischen Abläufe im Handwerk weiter fortgeschritten ist, als viele bislang angenommen haben. Doch es gibt auch etliche Problemfelder, die die Betriebe schleunigst angehen sollten.

Autor **Olaf Deininger**



SERIE

**Kaufmännische Prozesse:
So digitalisiert das Handwerk**

Folge 1 – Allgemeine Situation

Folge 2 – Rechnungswesen und Steuerberater

Folge 3 – Kosten und Kalkulation

H

Handwerker treiben die Digitalisierung in ihren Betrieben voran“, fasst Stefan Wunram, Leitender Berater Trends & Strategien der DATEV eG, eines der Ergebnisse einer groß angelegten Studie zur Digitalisierung der kaufmännischen Abläufe in Handwerksunternehmen zusammen. Dabei haben die Betriebe auch einen Blick auf die effizientere Gestaltung der kaufmännischen Prozesse, sagt Experte Wunram.

Das zeigt die repräsentative Umfragestudie, die durch das Institut ResearchNow im Auftrag von der Nürnberger DATEV eG und handwerk magazin durchgeführt wurde. Dabei wurden im Januar dieses Jahres über 500 repräsentativ ausgewählte Handwerksbetriebe im Rahmen eines Business-to-Business-Panels zu ihren Plänen, Erfahrungen und Einschätzungen bei der Digitalisierung der Betriebsabläufe befragt.

DAS HANDWERK HAT DIE CHANCEN DER DIGITALISIERUNG ERKANNT

Die Ergebnisse der Umfrage machen deutlich, dass die Betriebe im Handwerk mit der Digitalisierung ihrer Prozesse schon weiter sind, als viele Experten bislang vermutet haben. Das gilt insbesondere im Kunden- und Lieferantenkontakt

sowie bei Rechnungserstellung, Lohnabrechnung und im Einkauf. Mehr als 63 Prozent der befragten Betriebe gaben an, dass sie die Kommunikation mit Lieferanten, die Warenwirtschaft und den Einkauf bereits digital erledigen.

Dies liegt mit großer Wahrscheinlichkeit auch daran, dass die Großhändler und Lieferanten der Handwerksbetriebe bereits vor Jahren begonnen haben, ihren Vertrieb, ihre Logistik und ihre Auslieferung zu digitalisieren, und heute ausgereifte und bequeme digitale Lösungen und Kanäle für die Betriebe anbieten können, die auch gerne genutzt werden.

NICHT NUR GROSSE BETRIEBE TREIBEN DIE DIGITALISIERUNG

Digitale „Early Adopters“, also Handwerksbetriebe, die frühzeitig neue Technologien ausprobieren und anwenden, sind unter allen Betriebsgrößen gleich vertreten. Die kleinsten Betriebe mit einem bis fünf Mitarbeitern sind sogar führend bei der Kommunikation mit Kunden und Steuerberatern über moderne digitale Lösungen. Hier kann auf einen großen Effizienzdruck der Betriebe geschlossen werden. Die kleinen Unternehmen gehörten auch zu den Vorreitern beim Einsatz moderner Technik im Kundenkontakt, im Marketing und im Verkauf. Damit



»Über 80 Prozent der Handwerker erhalten kaufmännische Belege mittlerweile per E-Mail.«

Stefan Wunram, Leitender Berater Trends und Strategien bei der DATEV eG.

Status-Analyse Digitalisierung weiter als vermutet

Betriebe, die in der Kommunikation und bei den internen Prozessen moderne digitale Lösungen einsetzen, die über E-Mail sowie Text- und Tabellenverarbeitung hinausgehen.

Kommunikation

61,7%
Kontakt mit Kunden/Marketing/Verkauf

63,7%
Kontakt mit Lieferanten/Warenwirtschaft/Einkauf

Interne Prozesse

58,9%
Rechnungserstellung

55,5%
Einkauf

51,5%
Lohnabrechnung

Quelle: Datev; Basis: Alle Befragten | n = 501

wird deutlich, dass das Handwerk die Chancen der Digitalisierung erkannt hat und diese Chancen auch nutzt oder zeitnah nutzen möchte.

DER KONTAKT ZUM VERBRAUCHER WIRD DIGITALER

Die Betriebe, die im Business-to-Consumer-Markt aktiv sind, das sind solche Firmen, die den privaten Verbraucher als Kunde ansprechen, sind unter den Gewerken die „Early Adopters“: Sie sind führend bei der Digitalisierung des Einkaufs, der Rechnungserstellung und der Personalführung. Rund 81 Prozent der Betriebe, die für den privaten Bedarf produzieren und arbeiten, gaben an, dass sie ihre Beschaffung und ihren Einkauf digitalisiert haben. Dies dürfte auch an dem bereits beschriebenen Effekt liegen, dass viele Handwerkslieferanten frühzeitig ihre Kunden digital integriert haben.

Vergleicht man den Digitalisierungsgrad von Einkauf, Rechnungsstellung und Personalführung miteinander, >



»Die Bereitschaft zu Investitionen in digitale Lösungen ist bei Handwerksbetrieben gegenwärtig sehr hoch.«

Joanna Jakolis, Marktforschung und Strategie bei der DATEV eG.

zeigt sich, dass die digitale Rechnungsstellung unter allen Gewerken die größte Verbreitung aufweist. Die digitale Personalverwaltung wies durch alle Gewerke hinweg die geringste Zahl anwendender Betriebe auf.

Im Gewerksvergleich wurde deutlich, dass das Gesundheitsgewerbe bei Einkauf, Rechnungsstellung und Personalführung am wenigsten digital unterwegs ist.

IM GESCHÄFTSKUNDENMARKT WIRD STARK DIGITAL PRODUZIERT

Die Betriebe im Business-to-Business-Markt sind führend in der Digitalisierung der Produktion. Das zeigte sich in der Umfrage besonders in den Bereichen Warenwirtschaft, Lagerhaltung, Produktion sowie Produktionsplanung und -vorbereitung. Die Gründe dafür könnten in der mittlerweile recht tiefen Integration vieler Zulieferbetriebe in die Produktions- und Wertschöpfungsketten der Industrie und hier ganz besonders der Auto-

bilbranche liegen. Im Gegensatz zu den Bereichen Rechnungsstellung, Personal und Einkauf zeigen die Gesundheitshandwerke bei der Produktion sowie der Produktionsplanung und -vorbereitung mit 50 Prozent einen recht hohen Digitalisierungsgrad. Bei der digitalen Produktionsplanung zeigte das Ausbaugewerbe mit 28 Prozent einen der niedrigsten Werte.

BELEGE WERDEN IMMER HÄUFIGER DIGITAL VERWALTET

„Insbesondere bei der Kommunikation und dem Datenaustausch hat sich in den vergangenen Jahren viel verändert“, sagte Wunram auf der Pressekonferenz zur Vorstellung der Studie anlässlich der Internationalen Handwerksmesse 2018 in München. In den Unternehmen würden ganz selbstverständlich die Vorteile der Digitalisierung genutzt, die die Menschen

aus ihrem Alltag kennen. Deutlich werde das daran, dass inzwischen über 80 Prozent der befragten Handwerker kaufmännische Belege per E-Mail erhalten. Über 47 Prozent setzten zudem im Kontakt mit dem Steuerberater auf moderne digitale Lösungen.

KAUFMÄNNISCHE ABLÄUFE SOLLEN OPTIMIERT WERDEN

Insgesamt wollen fast drei Viertel der Betriebe „sicher“ oder „eher ja“ in den kommenden zwölf Monaten ihre kaufmännischen Prozesse effizienter gestalten. Dabei steht das Thema Rechnungserstellung bei über 52 Prozent der Handwerker in der Prioritätenliste ganz oben, obwohl hier bereits ein hoher Digitalisierungsgrad erreicht ist, erklärt Joanna Jakolis, die bei der Nürnberger DATEV eG für Marktforschung und Strategie zuständig ist. Denn knapp 60 Prozent geben an, dass sie beim Erstellen von Rechnungen mit digitalen Lösungen arbeiten, die über die bloße Nutzung von E-Mail, Tabellenkalkulation und Textverarbeitung hinausgehen.

HOHE INVESTITIONSBEREITSCHAFT IN DIGITALE LÖSUNGEN

Die Ergebnisse der Studien legen nahe, dass es unter den Betrieben im Handwerk immer weniger „Digital-Muffel“ zu geben scheint. So wollen fast drei Viertel (73,4 Prozent) der Betriebe „sicher“ oder „eher ja“ in den kommenden zwölf Monaten in die effizientere Gestaltung ihrer kaufmännischen Prozesse investieren und neue digitale Lösungen prüfen und anschaffen. Hohe Investitionsbereitschaft zeigten in diesem Bereich insbesondere die eher größeren Firmen, aber auch die kleineren Betriebe.

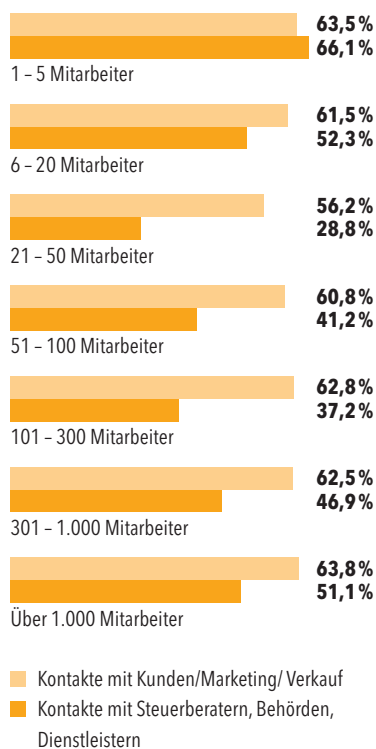
Der Spitzenreiter ist hier das Lebensmittelhandwerk: 50 Prozent der Betriebe aus dieser Branche wollen in den kommenden zwölf Monaten „sicher“ in neue Lösungen für ihre kaufmännischen Prozesse investieren. Allerdings geben die Marktforscher zu bedenken: Das könnte ein zeitlicher Sondereffekt sein. Den geringsten Anteil von Betrieben mit digitalen Investitionsabsichten zeigte das Bauhauptgewerbe.

DIE PAPIERABLAGLEBT LÄNGER ALS GEDACHT

Angesichts der hohen Bereitschaft zum Einsatz digitaler Lösungen überraschte es bei der Auswertung der Umfrageergeb-

Kommunikation Kein Thema, das nur große Betriebe angeht

Betriebe, die in der Kommunikation moderne digitale Lösungen einsetzen, die über E-Mail sowie Text- und Tabellenverarbeitung hinausgehen.



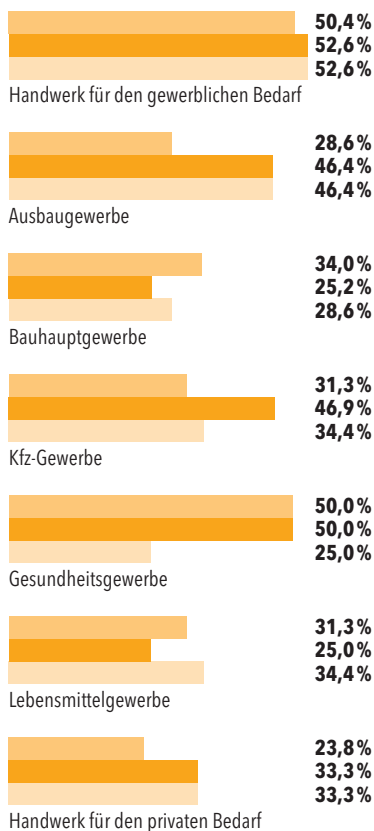
Quelle: Datev; Basis: Alle Befragten | n = 501

Business-to-Business-Markt

Führend in der Produktion

Betriebe, die in der Warenwirtschaft, Lagerhaltung, Produktion sowie Produktionsplanung und -vorbereitung moderne digitale Lösungen einsetzen, die über E-Mail sowie Text- und Tabellenverarbeitung hinausgehen.

Interne Prozesse



■ Produktionsplanung bzw. Vorbereitung
■ Produktion bzw. Auftragserfüllung
■ Warenwirtschaft und Lagerung

Quelle: Datev; Basis: Alle Befragten | n = 501

nisse dagegen, dass trotzdem zwei Drittel (66,9 Prozent) der befragten Unternehmenangaben, doch noch eine Papierablage zu pflegen, teilweise parallel zur digitalen Archivierung der Belege und Unterlagen.

„Hier gibt es eindeutig noch Optimierungspotenzial“, sagt Wunram. Denn so wie dies aussehe und auch oft noch beobachtet werde, drucken viele ihre E-Mail-Rechnungen aus und archivieren sie auf diesem Wege. „Das ist aber weder effizient noch ist es GoBD-konform. Hier besteht also dringender Beratungsbedarf durch den Steuerberater“, so der Leitende Berater.

ent noch ist es GoBD-konform. Hier besteht also dringender Beratungsbedarf durch den Steuerberater“, so der Leitende Berater.

Der DATEV-Experte verwies darauf, dass laut einer Studie der Goethe-Universität in Frankfurt a.M. sich allein mit einem durchgängig digital gestalteten Prozess zur Rechnungserstellung und Rechnungsprüfung, etwa unter Einsatz des ZUGFeRD-Formates für elektronische Rechnungen, 60 bis 80 Prozent der Kosten dafür einsparen ließen. „Durch die digitale Anbindung an die Steuerberatungskanzlei erschließt sich zusätzlicher Mehrwert“, so Wunram.

STEUERBERATER ALS DIGITALISIERUNGS-COACH

Ganz allgemein scheint es demnach den meisten befragten Handwerkern nicht bewusst zu sein, dass der eigene Steuerberater sie bei der effizienteren Gestaltung ihrer kaufmännischen Prozesse mithilfe digitaler Lösungen unterstützen kann. Nur knapp 18 Prozent sprechen laut der Umfrage mit ihren Steuerberatern darüber: „Das überrascht, denn Steuerberater arbeiten seit über 50 Jahren mit digitalen Lösungen und haben ein entsprechendes Know-how aufgebaut.“

Über das Auslagern etwa des betrieblichen Rechnungswesens an den Steuerberater könnten Unternehmen mit geringem Aufwand schnell den größten Mehrwert erhalten. „Viele kaufmännische Daten liegen heute digital vor und werden vom Steuerberater elektronisch für das Finanzamt aufbereitet. Da ist es nur ein kleiner Schritt, diese Daten stets aktuell auch für den Unternehmer nutzbar zu machen, um damit etwa das Zahlungswesen und das Mahnwesen gleich mit zu erledigen.“

KASSEN-NACHSCHAU WIRD ZUM GLÜCKSSPIEL

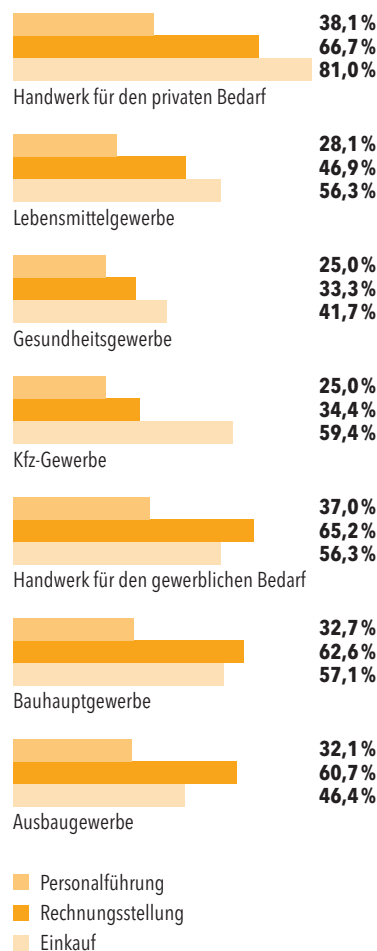
Als „Glücksspiel“ bezeichnet Wunram den Umgang mit dem Thema Kassen-Nachschau, der sich in den Umfrageergebnissen zeigt. Demnach fühlen sich nur 27,2 Prozent aller Befragten gut bis sehr gut, 18,8 Prozent eher schlecht oder gar nicht informiert.

Nur etwas über 13 Prozent der Betriebe, die eine Kasse haben, sind angesichts der seit Anfang dieses Jahres möglichen unangekündigten Kassen-Nachschau bereits tätig geworden. Hier sind die Branchen Lebensmittel (21,1 Prozent)

Business-to-Consumer-Markt

Führend beim Einkauf

Betriebe, die beim Einkauf, der Rechnungserstellung und der Personalführung moderne digitale Lösungen einsetzen, die über E-Mail sowie Text- und Tabellenverarbeitung hinausgehen.



Quelle: Datev; Basis: Alle Befragten | n = 501

und Privater Bedarf (23,1 Prozent) noch am besten vorbereitet. Auch da sei dringend ein Gespräch mit dem Steuerberater angeraten, resümiert Wunram. hm

olaf.deininger@handwerk-magazin.de



Themenseite Digitalisierung

Alle aktuellen Trends und Entwicklungen zur Digitalisierung im Handwerk finden Sie auf unserer Themenseite:

www.handwerk-magazin.de/digitalisierung



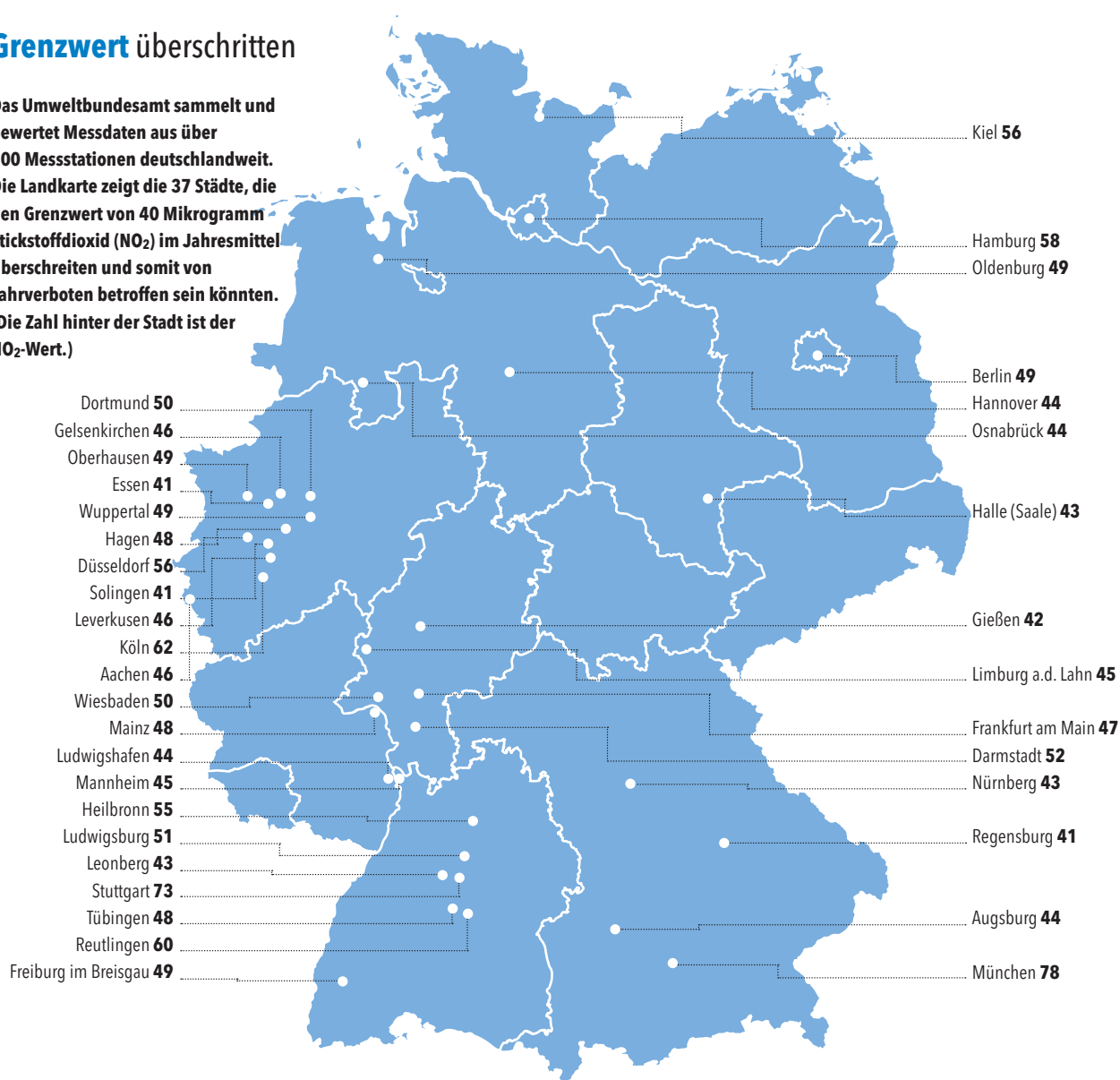
HIER drohen FAHRVERBOTE

Nach dem Diesel-Urteil dürfen Städte jetzt Fahrverbote verhängen. Wo Straßen gesperrt werden könnten und wie Ausnahmeregeln für Handwerker aussehen müssen.

Autor **Reinhold Mulatz**

Grenzwert überschritten

Das Umweltbundesamt sammelt und bewertet Messdaten aus über 500 Messstationen deutschlandweit. Die Landkarte zeigt die 37 Städte, die den Grenzwert von 40 Mikrogramm Stickstoffdioxid (NO₂) im Jahresmittel überschreiten und somit von Fahrverboten betroffen sein könnten. (Die Zahl hinter der Stadt ist der NO₂-Wert.)



D

Das Urteil des Bundesverwaltungsgerichts in Leipzig war ein Paukenschlag in der Diesel-Diskussion: Das Gericht hält Diesel-Fahrverbote in Städten nach geltendem Recht für grundsätzlich zulässig. Die beklagten Städte Düsseldorf und Stuttgart müssten aber ihre Luftreinhaltepläne auf Verhältnismäßigkeit prüfen.

WELCHE STÄDTE BETROFFEN SIND

Laut Umweltbundesamt haben im letzten Jahr 37 Städte den Grenzwert von 40 Mikrogramm Stickstoffdioxid (NO₂) pro Kubikmeter Luft im Jahresmittel überschritten (siehe Landkarte). In diesen Städten drohen Fahrverbote. Dazu kommen aber weitere 29 Städte, die den Grenzwert „wahrscheinlich“ überschreiten, darunter kleinere Städte wie Ravensburg, Hameln oder Hildesheim. Es ist also nicht nur in den Großstädten akut.

Hamburg wird Ende April auf zwei besonders belasteten Straßenabschnitten Fahrverbote einführen. Betroffen sind zunächst Abschnitte der Max-Brauer-Allee sowie der Stresemannstraße.

Auf einer Veranstaltung der Handwerkskammer Hamburg erklärten die Verkehrsbehörde und die Polizei erste Details. So werden von der Durchfahrtsbeschränkung, so die offizielle Bezeichnung, Anlieger ausgenommen. Anlieger sind aber auch Handwerker, wenn sie zu einem Kunden fahren, der in diesen Straßen wohnt. Betroffen sind Transporter ab 3,5 Tonnen Gesamtgewicht, die keine Euro-6-Motoren haben. Wer ohne Genehmigung in den Straßen fährt, riskiert 20 Euro Strafe.

Stuttgart könnte Euro-5-Diesel ab September 2019 aussperren, bei Euro-4-Diesel und Benzinern bis Euro 2 wäre es schon Ende 2018 möglich, sagte Baden-Württembergs Verkehrsminister Winfried Hermann (Grüne).

Düsseldorf will bis 1. Juli einen neuen Luftreinhalteplan vorlegen. Bis 2020 soll auf Fahrverbote verzichtet werden. Allerdings liegen die Werte in der Corneliusstraße ständig über Norm, hier besteht Handlungsbedarf.

München überschreitet die Grenzwerte ständig. Das Rathaus ist sicher, dass es zu Diesel-Fahrverboten kommen muss. Wann und wo, das ist im Moment aber noch völlig offen. Die Haltung der Staatsregierung ist eindeutig: Pauschale Fahrverbote für Dieselfahrzeuge in Großstädten soll es nicht geben.

Berlin wird laut Verkehrssenatorin Regine Günther (parteilos) nicht ohne Fahrverbote auskommen. Diese könnten ab Anfang 2019 eingeführt werden.

Darmstadt prüft, drei Straßenabschnitte in der Innenstadt für bestimmte Dieselfahrzeuge zu sperren.

WIE AUSNAHMEN FUNKTIONIEREN

Das Bundesverwaltungsgericht betonte in seinem Urteil, es müsse Ausnahmen bei eventuellen Fahrverboten geben, etwa für Handwerker und Anwohner. Wie diese Ausnahmen aussehen könnten, erklärten die Richter nicht. Der Zentralverband des Deutschen Handwerks fordert umfassende Ausnahmeregelungen „für die notwendigen Dienste des Handwerks für Verbraucher und Städte“. Bisher vorliegende Urteile von Verwaltungsgerichten würden dies ermöglichen. Völlig inakzeptabel sei ein Dieselverbot ohne Übergangsfristen.

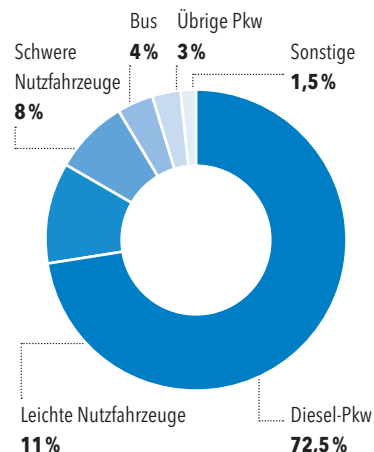
„Wir brauchen jetzt schnellstmöglich Rechts- und langfristige Planungssicherheit für Ausnahmeregelungen, und diese müssen unbürokratisch realisiert werden“, verlangt Antje Vogel-Sperl, Abteilungsleiterin Umwelt- und Energiepolitik beim Baden-Württembergischen Handwerkstag. Der fordert, dass beispielsweise auch Kunden von Kfz-Werkstätten ausgenommen werden, ebenso wie Fahrten zu Baustellen generell freigestellt sein müssen. Auch die Dauer von Ausnahmen müsse angemessen sein. Im Stuttgarter Luftreinhalteplan vom Mai 2017 sind nur bis 31. Dezember 2021 Ausnahmeregelungen vorgesehen und zulässig. Bei üblichen Investitionszyklen von acht Jahren in Handwerksbetrieben sei das viel zu kurz, so Vogel-Sperl.

FÜR UNTERNEHMER UND MITARBEITER

Die Handwerkskammer für München und Oberbayern verlangt Ausnahmen bei Fahrverboten für Betriebsinhaber, die in dieser Zone ihr Betriebsgelände haben, sowie für deren Mitarbeiter, noch dazu, wenn diese aufgrund eines frühen Arbeitsbeginns keine Möglichkeit haben, ihren Arbeitsplatz mit öffentlichen Ver-

Stadtverkehr Welche Diesel das meiste NO₂ ausstoßen

Interessant an der Studie des Umweltbundesamts ist: Leichte Nutzfahrzeuge, die im Handwerk meistens gefahren werden, haben nur einen Anteil von elf Prozent.



Quelle: UBA/TREMOD 5.64/HBEFA 3.3

kehrsmitteln zu erreichen. Weiter muss die Einfahrt für Betriebe erlaubt werden, die zur Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen beitragen, oder auch für Kunden, die die Fahrten zur Wahrnehmung begründeter Einzelinteressen vornehmen (etwa, um ihr Fahrzeug in einer Kfz-Werkstatt warten zu lassen).

Der bürokratische Aufwand, um Ausnahmegenehmigungen zu erhalten, müsse für Betriebe und Mitarbeiter verhältnismäßig sein. Bis zur endgültigen Aussperrung der entsprechenden Dieselfahrzeuge müsse eine Übergangsfrist von mindestens vier Jahren gelten.

Der Zentralverband des Deutschen Baugewerbes fordert eine bundesweit einheitliche Ausnahmegenehmigung für sämtliche Fahrzeuge der Bauwirtschaft. Andere Handwerksinstitutionen wollen gar keine konkreten Forderungen für Ausnahmeregelungen stellen, weil sie Fahrverbote generell ablehnen. **hm**

reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de



Wie es weitergeht

handwerk magazin berichtet online laufend über die Dieselpolitik. Hier finden Sie weitere Infos: www.handwerk-magazin.de/dieselfahrzeuge

Schub in die DIGITALE NEUZEIT

Bauen + Leben Mit einem System im Rücken, das ihnen grundlegende Schritte in Richtung Digitalisierung abnimmt, arbeiten Baufachhändler moderner und professioneller.

Autorin **Lisa Brandes**



Das Franchise-System „Bauen+Leben“ mit Sitz in Krefeld richtet sich an Baufachhändler, ist aber auch fürs Handwerk interessant.

Die **Konditionen**

Einstiegsgebühr	20.000 Euro
Monatl. Grundgebühr	3,5 Prozent vom Netto-Umsatz für z.B. Verwaltung, IT
Werbegebühr	keine
Umsatz im 1. Jahr	ca. 2 bis 5 Mio. Euro ¹
Vertragsdauer	10 Jahre
Startinvestitionen	Umstellungsinvestition für einen bestehenden Baufachhandel je nach Bedarf zwischen 10.000 und 30.000 Euro
Franchise-Nehmer	12 an 54 Standorten
Voraussetzungen	Bestehende Betriebe im Baufachhandel, Umsatzklasse zwischen 3 und 15 Mio. Euro pro Jahr
Internetadresse	www.bauenundleben.de

¹⁾ Durchschnitt

DAS SYSTEM

Das Franchise-System „Bauen+Leben“ in Krefeld richtet sich an Baufachhändler. Seine Partner bekommen einen zentralen Einkauf, Marketingtools, eine Ausbildung in der eigenen Akademie, Personalentwicklung, IT, Rechnungswesen, Buchhaltung, Controlling, Betriebsvergleiche und Compliance an die Hand. 70 Prozent des Umsatzes werden mit gewerblichen Anwendern erzielt. Auch Privatkunden lassen sich beraten.

DER MARKT

Aktuell zählt der Bundesverband Deutscher Baustoff-Fachhandel in München 877 Mitgliedsunternehmen mit 2.285 Betriebsstätten. Mit rund 37.000 Beschäftigten erzielen sie einen Jahresumsatz von etwa 14,3 Milliarden Euro. Diese vorwiegend mittelständischen Betriebe müssen sich als Einzelkämpfer der Tendenz zu größeren Betrieben stellen, dem Fachkräftemangel, der Digitalisierung sowie Themen wie Compliance.

DER TESTER

„Unser Warenwirtschaftssystem hatte keine Schnittstellen, wir mussten alles von Hand machen, aber jetzt haben wir eine schlanke und digitale Verwaltung“, sagt Henning Kortmann, Chef von Baustoff Zagers im



Unser Bewerter:

Rechtsanwalt Thomas Döser

niedersächsischen Schüttorf. Seit Januar 2018 ist sein Baufachhandel Partner bei Bauen+Leben. Für den 30-jährigen Kaufmann und Beton-technologen „eine schwerwiegende Entscheidung, die ich mit einem guten Bauchgefühl getroffen habe“. Seine etwa 15 Mitarbeiter sind geschult, die Verwaltung umgestellt und der äußere Auftritt steht. Beim Marketing setze Bauen+Leben auf Events mit dem Fokus auf Handwerksbetriebe.

DIE BEWERTUNG

Der vorliegende Franchise-Vertrag bildet ein komplexes Konzept ab. Er ist umfangreich, enthält die dafür üblichen Regelungen und ist für beide Seiten transparent und fair. Franchise-Interessenten sollten vorab die Systembestandteile und das Franchisehandbuch genau prüfen. Bei den diversen Gebühren, laufenden Kosten sowie bei einer Vertragserstlaufzeit von zehn Jahren ist auch die Rentabilität sorgfältig zu prüfen. **hm**

kerstin.meier@handwerk-magazin.de



Mehr Franchise im Check.

Weitere Systemanbieter für Handwerker unter der Lupe: handwerk-magazin.de/franchise-check

TRIKOTAKTION + JAHRESABO

1:0 FÜR SIE!

Treffer sicher werben mit der Trikotaktion von handwerk magazin



Eine
komplette
**Adidas-Trikot-
Ausstattung**

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



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



& ein Jahresabo
handwerk magazin

für nur

479€

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

INKL. BEFLOCKUNG

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

Alle Informationen unter:

www.handwerk-magazin.de/trikots

oder **Telefon 0160/8195561**

**handwerk
magazin**

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

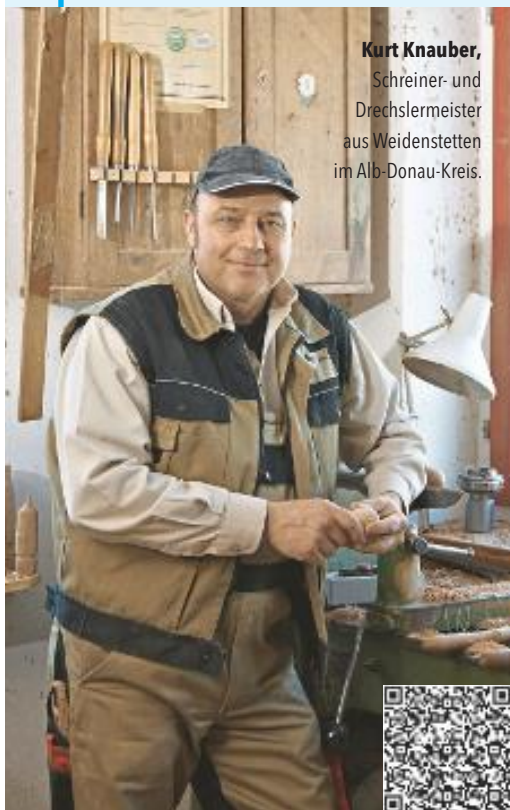
DER ABONNENT DES MONATS

»Ich lese gerne RECHTSTHEMEN«

Genauso haben wir uns das vorgestellt!" Wenn Kurt Knauber beim Ausliefern seiner Möbelstücke diesen Begeisterungsausruf von Kunden hört, ist er glücklich. Schon immer wollte der Weidenstetter (Baden-Württemberg), der vor 49 Jahren direkt über der Wagnerwerkstatt seines Großvaters geboren wurde, mit dem Werkstoff Holz arbeiten. Sein Traum hat sich verwirklicht. Meistens verwendet der Schreiner- und Drechslermeister Massivholz, am liebsten Obsthölzer aus der Umgebung. Drei- bis viermal im Jahr stellt der Hobbytaucher Kleinmöbel, gedrechselte Kerzenleuchter, Schalen und andere Holz-Accessoires auf Kunsthandwerkermärkten aus. Dort lernt er neue Kunden kennen und zeigt anhand seiner Fotomappe, wie ihre zukünftigen Tische, Schränke oder Eckbänke aussehen könnten. In handwerk magazin blättert er seit 18 Jahren. Alles rund um die Holzverarbeitung interessiert ihn besonders, auch Digitalisierungs- und Rechtsthemen liest er gern.

Petra Nickisch-Kohnke

Kurt Knauber,
Schreiner- und
Drechslermeister
aus Weidenstetten
im Alb-Donau-Kreis.

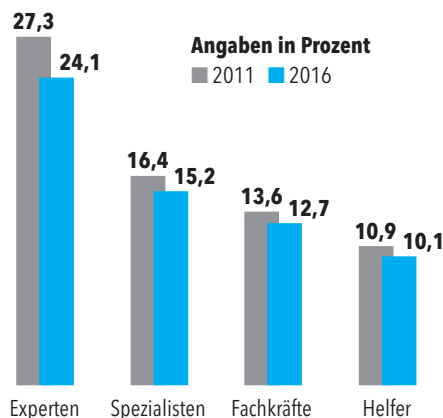


FACHKRÄFTE

Suche dauert **ELF TAGE LÄNGER**

Zwei Drittel aller offenen Stellen für qualifiziertes Personal sind laut Analyse des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW) in Köln aktuell nur schwer zu besetzen. Besonders hart trifft der Fachkräftemangel nach Auskunft der Forscher die Klein- und Mittelbetriebe: Jedes dritte Unternehmen musste seine Personalsuche bereits erfolglos abbrechen. Auswirkungen hat der akute Fachkräftengpass laut IW-Berechnungen auch auf die Dauer der Personalsuche: Inzwischen planen die Unternehmen mit einer durchschnittlichen Besetzungsdauer von 59 Tagen, das sind elf Tage mehr als noch im Jahr 2010. Dementsprechend stieg die Vakanzdauer, also die Zeit zwischen gewünschter und tatsächlicher Besetzung einer Stelle von 22 auf 24 Tage. Wie lange die Besetzung einer Stelle im Einzelfall dauert, hängt entscheidend vom Qualifikationsniveau ab. Während für Ungelernte im Durchschnitt bereits nach 53 Tagen ein Ersatz bereitsteht, dauert es bei qualifiziertem Personal mit Berufsausbildung (Meister, Techniker oder Fachhochschulabsolvent) inzwischen 89 Tage. Aufgrund dessen melden 24 Prozent der Experten suchenden Arbeitgeber ihre offenen Stellen zwar schon einen Monat vor der gewünschten Besetzung, bei den schneller zu besetzenden Hilfsstellen sind es nur zehn Prozent (siehe Chart).

Anteil gemeldeter Stellen mit mindestens einem Monat Vorlaufzeit



Quelle: Sonderauswertung der BIA, 2017; IW-Berechnungen

me

ONLINEMARKETING

SEM-BUDGETS auf Rekordkurs

Stolze 4,5 Milliarden Euro werden die von der Online-agentur Löwenstark (Braunschweig) befragten deutschen Marketingexperten 2018 für das Suchmaschinen-Marketing (Search Engine Marketing (SEM)) ausgeben. Das ist doppelt so viel wie für alle anderen Online-Werbeformen. Trotz der massiven Zunahme von Adblockern sehen 87 Prozent der Marketing-Experten des Löwenstark-Reports vor allem im Smartphone das Shopping-Tool der Zukunft, erst danach folgen Tablet (51 Prozent) und Laptop (40 Prozent). Smart-TV (13 Prozent) oder Smartwatches (8 Prozent) werden nach Einschätzung der Experten in den nächsten zwei Jahren dagegen eher weniger zu Einkaufszwecken genutzt. Bis zum Jahr 2020 werden die Ausgaben im Suchmaschinen-Marketing weiter kräftig steigen – bis zu zehn Prozent erwarten 21 Prozent der für den Löwenstark-Report 2018 befragten Marketeers. Da Content nach wie vor Suchmaschinenergebnisse und Kaufentscheidungen beeinflusst, erwarten 27 Prozent höhere Ausgaben für Content-getriebenes Marketing als für konventionelles Advertising.



Das Smartphone ist das Shopping-Tool der Zukunft.

me



Homeoffice wird in vielen Unternehmen Standard, doch dafür braucht es klare Regeln, fordert Bitkom.

MITARBEITER

40 PROZENT machen Homeoffice

Vier von zehn Arbeitgebern (39 Prozent) lassen ihre Mitarbeiter ganz oder teilweise von zu Hause aus arbeiten. Wie eine Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom zeigt, stieg der Anteil der Homeoffice-Befürworter unter den Unternehmen damit um 9 Prozentpunkte. Jedes zweite Unternehmen (51 Prozent) erwartet, dass der Anteil der Homeoffice-Mitarbeiter in den kommenden fünf bis zehn Jahren weiter steigen wird. 46 Prozent gehen von einer konstanten Entwicklung aus. „Homeoffice wird in den Unternehmen zum Standard, und dafür braucht es klare Regeln“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Bernhard Rohleder.

Gegen Homeoffice entscheiden sich Unternehmen aus verschiedenen Gründen. Zwei Drittel (67 Prozent) geben an, dass Homeoffice nicht für alle Mitarbeiter möglich sei und niemand ungleich behandelt werden dürfe. Mehr als die Hälfte (56 Prozent) meint, dass ohne direkten Austausch mit Kollegen die Produktivität sinke. Jedes zweite Unternehmen (52 Prozent) sagt, dass Homeoffice generell nicht vorgesehen sei. Für gut jedes dritte Unternehmen (35 Prozent) sprechen Arbeitsschutzbestimmungen gegen Homeoffice, fast ebenso viele (32 Prozent) befürchten, dass die Arbeitszeit so nicht zu kontrollieren sei.

me

150



Möglichkeiten für ein duales Studium im Bereich des Handwerks gibt es in Deutschland. Die Auswertung „AusbildungPlus: Duales Studium in Zahlen – Sonderauswertung im Handwerk“ informiert über Angebote und Daten. Infos: www.ausbildungsplus.de

NEUE STUDIEN UND UMFRAGEN

Keine FRAUEN-STRATEGIE



UNTERNEHMENSFÜHRUNG Bei Frauen und Männern gibt es laut Analyse des „Instituts für Mittelstandsforschung“ (IfM) in Bonn keine signifikanten strategischen Unterschiede im Führungsverhalten. Die These, dass frauengeführte Unternehmen mehr den Fokus auf soziale, ökologische oder nachhaltige Ziele legen, lässt sich nach Aussage der IfM-Experten nicht halten. www.ifm-bonn.org



NACHFOLGE Je weniger Erfahrung ein designierter Nachfolger im Familienbetrieb hat, desto positiver wirkt sich die Gegenwart des Alt-Unternehmers im Management auf den Unternehmenserfolg aus. Die Untersuchung von über 800 Übergaben am Lehrstuhl für Mittelstandsforschung der Uni Mannheim zeigt

jedoch auch, dass der positive Einfluss des Seniors mit zunehmender Erfahrung und Führungsstärke des Nachfolgers abnimmt. Insofern könne ein rechtzeitiger Rückzug also durchaus positiv für die Performance des Unternehmens sein. www.institut-fuer-mittelstandsforschung.de

impulse-zahlt-sich-aus.de

92 465 €



Ich habe
92 465 €
mehr umgesetzt.

Stefan Baasner las in *impulse* über das Schlüssel-Schloss-Prinzip, mit dem sich Kunden an einen Messestand locken lassen. Sein Team setzte die Idee um – mit Erfolg. Das Berliner Start-up m2g-Consult mit Spezialisierung auf intelligentes Messwesen sicherte sich wertvolle neue Aufträge.

Beste Behandlung über den CHEF

Im Kampf um Fachkräfte punkten Betriebe mit Zusatzangeboten. Gesundheitsleistungen des Arbeitgebers über die betriebliche Krankenzusatzvorsorge wissen Mitarbeiter zu schätzen.

Autorin **Cornelia Hefer**

A

An zusätzlichen Angeboten für Fachkräfte und den Nachwuchs kommt heute kaum ein Unternehmer vorbei. Ein Klassiker auf diesem Gebiet ist die betriebliche Altersvorsorge (bAV), mit der Mitarbeiter ihre Rente aufstocken. Im Vergleich dazu ist die betriebliche Krankenzusatzvorsorge (bKV) noch eine relativ neue Sonderleistung, die Handwerksunternehmen ihren Mitarbeitern anbieten.

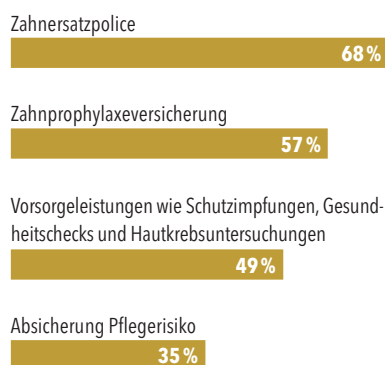
CHEF UND MITARBEITER PROFITIEREN

Die betriebliche Krankenversicherung (bKV) bezeichnet eine besondere Form der arbeitgeberfinanzierten Absicherung für den Krankheitsfall. Knapp 60 Prozent der Arbeitnehmer wünschen sich eine solche Zusatzleistung des Arbeitgebers (siehe Grafik rechts). Die Vorteile liegen dabei für beide Seiten auf der Hand: Der Chef investiert in die Gesundheit seiner Mitarbeiter, verbessert das Betriebsklima und steigert so das Image seines Unternehmens als attraktiver Arbeitgeber. Die Mitarbeiter können über eine betriebli-

Was sich Mitarbeiter von einer betrieblichen Krankenvorsorge über den Arbeitgeber wünschen

Insgesamt 58 % der Mitarbeiter wünschen sich eine arbeitgeberfinanzierte bKV.

Hoch im Kurs stehen:



Quelle: Towers-Watson-Studie „Kranken-Zusatzversicherung“

che Krankenvorsorge, Leistungskürzungen der gesetzlichen Krankenkassen finanziell ausgleichen.

Bei der betrieblichen Krankenversicherung schließt der Arbeitgeber für seine Belegschaft bei einem Anbieter pri-

vater Krankenversicherungen eine Zusatzversicherung ab. Die Beiträge für die betriebliche Krankenversicherung werden häufig vom Arbeitgeber allein getragen. Es gibt aber auch Modelle, in denen Arbeitgeber oder Arbeitnehmer sich die Kosten teilen oder in denen die Police ein Jahr lang vom Arbeitgeber bezahlt wird und der Arbeitnehmer danach über die Fortführung entscheidet. Im Gegensatz zum individuellen Abschluss einer zusätzlichen Versicherung können die Kosten günstiger ausfallen, wenn sich eine ganze Belegschaft für einen Kollektivvertrag entscheidet. „Eine bKV ist bereits ab 20 bis 30 Euro im Monat möglich. Das macht das Angebot auch für kleinere Handwerksunternehmen attraktiv“, erklärt Marlene Güttler, bKV-Expertin beim Handwerksversicherer Signal-Iduna.

Rund 20 private Krankenversicherungen wie Allianz, Axa, Hallesche, Nürnberger, Gothaer, R+V und Signal Iduna bieten die Kollektivverträge für Arbeitgeber an. Die individuellen Tarifbausteine der betrieblichen Krankenversicherung bieten dem Unternehmen die Möglichkeit, die verschiedenen Leistungsspektren an den Betrieb, seine speziellen Rahmenbedingungen und die Bedürfnisse der Mitarbeiter anzupassen. Der Leistungskatalog einer betrieblichen Kran-



Gesundheitsvorsorge für die Belegschaft: Über 80 Prozent der Mitarbeiter wünschen sich zusätzliche Leistungen über den Arbeitgeber.

Angebotspektrum der bKV Was Chefs ihren Mitarbeitern bieten können

Die Leistungen der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) sind mittlerweile begrenzt. Eine betriebliche Krankenzusatzversicherung (bKV)

Zahnersatz. Besonders sinnvoll, da die gesetzlichen Kassen nur noch einen Teil der Kosten tragen.

Sehhilfen. Die bKV übernimmt die Kosten für Kontaktlinsen und andere Sehhilfen.

Heilpraktikerbehandlungen. Diese werden von der GKV grundsätzlich nicht übernommen, können aber über eine bKV versichert werden.

erscheint daher sinnvoll, wenn Sie für Ihre Mitarbeiter zusätzliche Leistungen in folgenden Bereichen wünschen.

Krankenhaus. Sinnvoll, wenn Mitarbeiter ein Einbettzimmer oder eine Chefarztbehandlung wünschen.

Krankentagegeld. Die Zahlungen im Krankheitsfall können über eine bKV erweitert werden.

Ausland. Auch Auslandskrankenversicherungen können im Rahmen einer betrieblichen Krankenzusatzversicherung abgeschlossen werden.

kenzusatzvorsorge reicht von einfachen Vorsorgeleistungen wie einer Auslandskrankenversicherung über Zahnersatz und Heilpraktikerbehandlungen bis hin zur vollen Absicherung eines stationären Privatpatienten mit Chefarztbehandlung und Einzelzimmer (siehe Kasten links).

ANREIZE FÜR MITARBEITER

Hoch im Kurs stehen bei den Arbeitnehmern Leistungen, die von den gesetzlichen Krankenkassen gekürzt wurden, wie Zuschüsse für Zahnbehandlungen oder Vorsorgeleistungen wie Schutzimpfungen oder Gesundheitschecks. Wichtig: Je mehr Mitarbeiter bei dem An- ➤

gebot des Arbeitgebers mitmachen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Versicherung auf Gesundheitsprüfungen verzichtet. Bei den meisten Gesellschaften können auch Familienangehörige, Ehepartner und Kinder bis 25 Jahre, mit-versichert werden.

Marlene Güttler von der Signal Iduna rät Handwerksunternehmern, die betriebliche Gesundheitsvorsorge als Baukastensystem zu betrachten: „Grundsätzlich gilt das Gleichbehandlungsprinzip für alle Mitarbeiter eines Betriebs. Der Arbeitgeber definiert klare Kriterien, an die er sich dann auch hält. So kann der Versicherungsschutz individuell auf die Mitarbeiter zugeschnitten werden. Denn Bürokräfte haben andere Bedürfnisse als handwerklich tätige Mitarbeiter.“

KEIN STEUERSPARMODELL MEHR

Was Arbeitgeber aber beachten sollten: Es gibt für die betriebliche Krankenzusatzvorsorge, anders als für die betriebliche Altersvorsorge, keine steuerlichen Vorteile mehr. Hintergrund: Das Bundesfinanzministerium hat die alten steuerlichen Vorteile aufgehoben. Beiträge zu einer betrieblichen Krankenversicherung sind demnach nicht mehr als Sachlohn, sondern als Barlohn zu bewerten und fallen somit nicht mehr unter die Freigrenze. Dies gilt unabhängig davon, ob der Arbeitgeber oder der Arbeitnehmer Versicherungsnehmer ist. Anwendung findet

Rechenbeispiel Finanzierung durch Arbeitgeber & Arbeitnehmer

Die bKV kann in Form einer vollen Arbeitgeberfinanzierung erfolgen oder durch den Mitarbeiter allein finanziert werden.

Mischformen gibt es ebenfalls. Ein Rechenbeispiel zeigt die Auswirkungen der beiden Modelle.

20 Euro monatlicher bKV-Beitrag / Mitarbeiter; Pauschalversteuerung durch den Arbeitgeber:

	ARBEITGEBER	ARBEITNEHMER
Lohnsteuer (pauschal)*	7,00 €	0,00 €
Sozialversicherung**	3,89 €	4,11 €
bKV-Beitrag	20,00 €	0,00 €
Gesamt	30,89 €	4,11 €

20 Euro monatlicher bKV-Beitrag; Eigenfinanzierung durch den Arbeitnehmer:

	ARBEITNEHMER
Bruttogehalt	44,97 €
Lohnsteuer (individuell)*	15,74 €
Sozialversicherung**	9,23 €
Nettolohn (= bKV-Beitrag)	20,00 €

* inkl. SoLi 35 % - Individueller Steuersatz kann abweichen.

** Annahme: Verdienst unterhalb der Beitragsbemessungsgrenze der GKV, AN-Anteil 20,525 %; Quelle: Gothaer Krankenversicherung

der neue Grundsatz seit 1. Januar 2014 auf den laufenden Arbeitslohn und sonstige Bezüge. Die Regelung gilt dabei auch für laufende Verträge. Das heißt, Arbeitgeber sollten beim Angebot der betrieblichen Gesundheitsvorsorge für die Belegschaft nicht ein Steuersparmodell vor Augen haben, sondern die Mehrwerte wie Mitarbeiterbindung und die Gesundheitsförderung ihrer Mitarbeiter.

GUT VORBEREITET STARTEN

Vor der Einführung einer betrieblichen Krankenzusatzvorsorge für die Belegschaft braucht der Handwerksunternehmer vor allem Zeit zur Vorbereitung (siehe Kasten Seite 57). Denn das Angebot ist komplex und bedarf Erklärungen über Konditionen und individuelle Leistungen. Für eine Erstberatung durch einen spezialisierten Versicherer sollte der Handwerksunternehmer etwa ein bis zwei Stunden einplanen.

Bei einer individuellen Erstberatung können sich Arbeitgeber die Möglichkeiten einer betrieblichen Krankenzusatzvorsorge für die Belegschaft, die Konditionen und individuellen Leistungen der Gesellschaft genau erklären lassen.

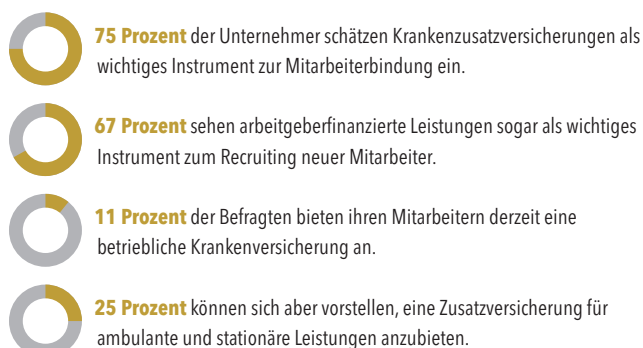
Im zweiten Schritt gibt der Unternehmer der Versicherung dann vor, welche Leistungen er seinen Mitarbeitern konkret anbieten will, was für ihn bei den Konditionen wichtig ist und wie hoch die monatlichen Beiträge pro Mitarbeiter

Daten & Fakten Betriebliche Krankenzusatzvorsorge

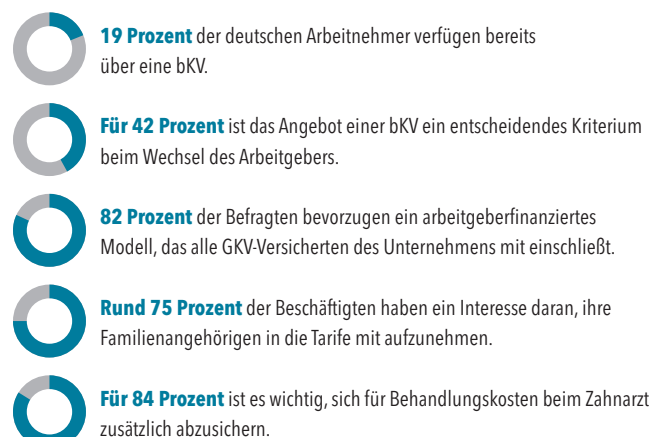
Wie Unternehmer und Mitarbeiter die Angebote der betrieblichen Krankenzusatzvorsorge (bKV) bewerten - und was sich Mitarbeiter von ihrem

Arbeitgeber und dem Angebot einer betrieblichen Krankenzusatzversicherung über den Betrieb wünschen:

ARBEITGEBERPERSPEKTIVE



ARBEITNEHMERPERSPEKTIVE



Quellen: Forsa-Umfrage im Auftrag der CSS Versicherung AG, Ergebnisse einer Umfrage unter 250 Unternehmen / Süddeutsche Krankenversicherung a.G., Ergebnisse einer Umfrage unter 1.000 Arbeitnehmern

Checkliste Wie Sie eine bKV richtig vorbereiten

Eine gute Vorbereitung zahlt sich für den Unternehmer aus: Für die Einführung von betrieblichen Zusatzleistungen brauchen Chefs im Vor-

✓ Infos sammeln. Reden Sie zuerst mit einem Spezialisten für Arbeitsrecht oder Ihrem Steuerberater, der Ihnen Möglichkeiten und steuerliche Vor- und Nachteile genau erklärt.

Tipp: Holen Sie Infos bei Ihrem Landesinnungsverband oder Kollegen aus Ihrer Branche ein.

✓ Mitarbeiter befragen. Fragen Sie in Gesprächen Ihre Angestellten oder auf einer Betriebsversammlung Ihre Belegschaft nach Wünschen oder Anforderungen für die private Vorsorge.

Tipp: Wenn Sie im Unternehmen einen Betriebsrat haben, binden Sie frühzeitig die Arbeitnehmervertreter ein. Das erleichtert später die konkrete Einführung der betrieblichen Zusatzleistungen.

✓ Beratung einfordern. Lassen Sie sich kostenlos von spezialisierten Versicherungen über das Leistungsspektrum, die Konditionen und die Kosten beraten. Rahmenverträge für die bKV sind günstiger, je mehr Mitarbeiter im Betrieb mitmachen.

feld Zeit, Informationen und kompetente Unterstützung. Was Arbeitgeber dabei beachten sollten und an wen sie sich wenden können.

✓ Auswahl treffen. Ob Leistungen zur Altersvorsorge (bAV) oder betriebliche Krankenzusatzvorsorge (bKV), Sie gehen eine langfristige Bindung mit einem Versicherungsunternehmen ein.

Tipp: Wichtige Kriterien für die Auswahl sind die jeweilige Unternehmensstärke, Mitarbeiterzahl und auch die Flexibilität des Vertrags.

✓ Mitarbeiter informieren. Die Belegschaft sollte auf einer Betriebsversammlung umfassend von einem Experten der Versicherung über die neuen Leistungen des Arbeitgebers informiert werden.

Tipp: Wenn die Mitarbeiter zwischen verschiedenen Angeboten wählen können, erhöht das die Akzeptanz der angebotenen Arbeitgeber-Leistungen deutlich.

✓ Zeit geben. Ihre Belegschaft muss sich über das neue Angebot informieren: Stellen Sie Ihren Mitarbeitern Raum und Zeit zur Verfügung, sich auch in Einzelgesprächen zu den Leistungen von Ihrem Versicherungsexperten beraten zu lassen.

sein dürfen. Bei der Höhe der Beiträge macht es Sinn, den Steuerberater des Handwerksbetriebs einzubinden. Wichtig ist dann die richtige Information und Kommunikation des Arbeitgebers gegenüber seiner Belegschaft.

Nur wenn der Chef von dem neuen Angebot auch wirklich überzeugt ist, kann er damit bei seiner Belegschaft punkten. Die zusätzlichen Leistungen müssen richtig erklärt werden, und die Mitarbeiter sollten Raum und Zeit zur Verfügung haben, um sich auch in Einzelgesprächen zu den Leistungen der Versicherung beraten zu lassen. Damit kann der Betrieb einen Imagegewinn als wichtigen Wettbewerbsvorteil für sich verbuchen.

hm

cornelia.hefer@handwerk-magazin.de



Mit Zusatzangeboten als Chef punkten

Welche zusätzlichen Leistungen Sie als Arbeitgeber im Handwerk anbieten können:

www.handwerk-magazin.de/betriebliche-altersvorsorge



HALLESCHES
Private Krankenversicherung

Morgen so gut wie heute.



Gesunde Mitarbeiter. Gesundes Unternehmen.

Die betriebliche Krankenversicherung – eine clevere Investition!

Eine betriebliche Krankenversicherung (bKV) sorgt für gesunde Mitarbeiter, hilft Fehlzeiten zu reduzieren und verschafft attraktive Vorteile im zunehmenden Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte. Profitieren Sie jetzt von unseren exklusiven Vorsorge-Schecks mit umfassenden Vorsorgeleistungen für alle Ihre Mitarbeiter. Zu günstigen Konditionen und mit einer einmalig einfachen Abwicklung. Mehr erfahren Sie unter 07 11/66 03-20 27 oder www.hallesche-bkv.de



ALTERSARMUT erreicht das Handwerk

Die Mehrheit der Handwerksunternehmer erwartet eine geringe Rente. Das ergab eine aktuelle Studie des Instituts für Mittelstand und Handwerk (ifh). Die Autoren der Studie sprechen sich aufgrund der Ergebnisse für eine Pflichtversicherung und deutlich mehr Beratungsangebote für selbstständige Handwerker aus.

Autorin **Cornelia Hefer**



Gerade Soloselbstständige
sorgen aufgrund geringer Einkünfte
nicht ausreichend vor.

Trotz guter Konjunktur und voller Auftragsbücher wird die Altersvorsorge für selbstständige Handwerker zum Problem. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie, die das Volkswirtschaftliche Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen (ifh) vorlegte. Die Studie „Alterssicherung im Handwerk“ nahm vor allem die Pflichtversicherung für Handwerker in der gesetzlichen Rentenversicherung (GRV) unter die Lupe – und kommt zu ernüchternden Ergebnissen.

Ein wichtiges Fazit der Studien-Autoren: Die Handwerkerpflichtversicherung, die eingeführt wurde, um insbesondere Schutzbedürftige unter den Selbstständigen im Ruhestand finanziell besser zu versorgen, wird diesem Ziel nicht mehr gerecht. Denn über 60 Prozent der Inhaber von Handwerksbetrieben erwarten eine gesetzliche Rente von weniger als 600 Euro. Nur jeder achte Handwerksunternehmer kommt laut ifh-Studie auf mehr als 1.000 Euro. Drei Viertel der Inhaber von Handwerksbetrieben wenden mehr Geld für die private Vorsorge auf als für die GRV.

GROSSE UNTERSCHIEDE IM HANDWERK

Deutliche Unterschiede sehen die Autoren vor allem zwischen den sogenannten Soloselbstständigen aus dem zulassungsfreien und dem zulassungspflichtigen Handwerk sowie auch zwischen kleinen und größeren Handwerksbetrieben. Außerdem zeichnet sich in der Altersvorsorge ein klares West-Ost-Gefälle ab.

Ein Grund, warum die 1938 eingeführte Handwerkerpflichtversicherung ihren Auftrag einer ausreichenden Versorgung nicht mehr sicherstellen kann, liegt in der Novellierung der Handwerksordnung (HwO) von 2004. Pflichtversichert nach der HwO sind heute nur noch Unternehmer, die der Anlage A der HwO angehören. Zum Vergleich: 2003 betrug der Anteil der Inhaber von Handwerksbetrieben, die der Handwerkerpflichtversicherung unterlagen, noch bei 67 Prozent (siehe Grafik). 2016 waren es nur noch 44 Prozent. Die Mehrheit der Unternehmer im Handwerk ist demnach nicht mehr pflichtversichert. Damit zahlt nur noch ein geringer Teil der selbstständigen Handwerker die vorgeschriebenen 18 Jahre Beiträge in die Rentenkasse.

Gleichzeitig, so die Studie, sei der Kreis der schutzbedürftigen Handwerker stark gewachsen, besonders durch den

Nettoeinkommen

selbstständiger Handwerker ab 65 Jahre in Euro, nur Männer

Freiberufler in verkammerten Berufen

3.265 €

Angestellte

1.879 €

Sonstige Freiberufler

1.818 €

Gewerbetreibende

1.709 €

Selbstständige insgesamt

1.706 €

Arbeiter

1.296 €

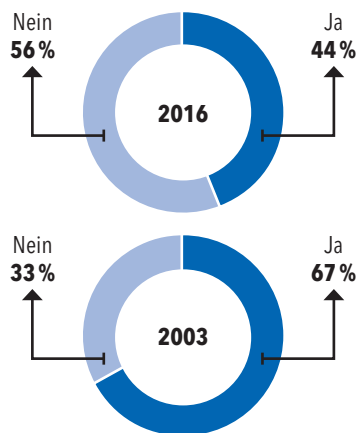
Handwerker

1.250 €

Quelle: Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2017), ifh-Berechnungen

Anteil der Inhaber

von Handwerksbetrieben, die in die Handwerkerpflichtversicherung einzahlen



Quelle: ZDH, ifh-Berechnungen aufgrund der Handwerksstatistik

höheren Anteil von Soloselbstständigen. Die Einkommenssituation dieser Kleinbetriebe sei zwar nicht exakt erfasst, aber die Autoren der Studie gehen davon aus, dass die Erträge oft nicht ausreichen, um für die Rente vorzusorgen.

Bei den Rentenbezügen sieht die Studie Handwerker im Schnitt hinter anderen selbstständigen Berufsgruppen. Die Einkünfte basierten hauptsächlich auf Zahlungen der gesetzlichen Rentenversicherung, weil viele Handwerker am Anfang ihres Berufslebens Beiträge als Angestellte einzahlten. Allerdings rechnen die Autoren vor, dass Handwerker mit 18 Jahren Pflichtbeiträgen für die GRV einen Rentenanspruch von gerade mal 540 Euro aufbauen. Häufig werde dieser Be-

trag aber unterschritten, so die Studie. Um die Alterssicherung für selbstständige Unternehmer zu verbessern, benennt die Untersuchung des ifh diverse Handlungsfelder, die sowohl in die Verantwortung der Handwerksorganisation fallen als auch die Politik fordern.

Da allgemeine Informationsveranstaltungen und Beratungsangebote von Handwerkern nur relativ schlecht angenommen werden, sollte die Planung der Altersvorsorge in der allgemeinen Betriebsberatung der Handwerkskammern thematisiert werden. Besondere Beachtung gilt dabei nach den Ergebnissen der Studie den Soloselbstständigen. Ihnen gelinge es vielfach nicht, ausreichende Erträge mit ihrem Betrieb zu erwirtschaften, mit der Folge, dass die Altersvorsorge unter den Tisch falle.

POLITIK MUSS NACHBESSERN

Auch die Politik kann laut der Studie zu einer Verbesserung der Altersvorsorge beitragen. Alle größeren Parteien hatten sich schon zur Bundestagswahl 2017 für eine Versicherungspflicht der Selbstständigen ausgesprochen. Sie würde, so die Autoren, Wettbewerbsverzerrungen vermeiden helfen und Scheinselbstständigkeit abbauen. Die Autoren der Studie empfehlen weiter, die Versicherungspflicht an eine Anzahl von Entgeltpunkten zu binden, statt wie seit 1960 die Pflichtversicherungszeit in Monaten zu berechnen. Bei entsprechender Zahl der Punkte würde eine gesetzliche Rente über Grundsicherungsniveau garantiert, die zur Sicherung eines angemessenen Lebensstandards durch private Vorsorge ergänzt werden muss.

Fazit: Die Ergebnisse der aktuellen Studie zur Alterssicherung im Handwerk geben der aktuellen politischen Diskussion um die Pflichtversicherung für Selbstständige Aufwind. Da für Selbstständige keine Versicherungspflicht in der gesetzlichen Rentenversicherung gilt, sind sie im Rentenalter besonders von Altersarmut bedroht. Eine Nachbesserung des Gesetzgebers würde Sinn machen. **hm**

cornelia.hefer@handwerk-magazin.de



Altersvorsorge für Handwerker

Die wichtigsten Infos und Neuerungen zum Thema Vorsorge und Rente finden Sie hier: www.handwerk-magazin.de/altersvorsorge

Konzerne wie BMW, Daimler, Allianz oder Telekom bieten derzeit eine Dividendenrendite zwischen vier und fünf Prozent.



GELDREGEN für mutige Aktionäre

Regelmäßig im Frühling schütten Unternehmen einen **Großteil** ihrer Gewinne an ihre Eigentümer aus. Statt immer nur zuzusehen, sollten Privatanleger mitmischen – aber mit Bedacht.

Autor **Stefan Terliesner**

Viele der gut zehn Millionen Aktionäre und Aktienfondsbesitzer in Deutschland dürfen sich wieder freuen. Im Frühjahr 2018 schütten heimische Unternehmen für das Geschäftsjahr 2017 mehr als 46 Milliarden Euro an ihre Eigentümer aus – so viel wie noch nie. Weitere Rekorde sind möglich.

„Die Indikatoren deuten auf eine anhaltend gute Konjunktur hin, wodurch die Ausschüttungen auch in den kommenden Jahren jeweils um rund zehn Prozent ansteigen sollten“, so Michael Bissinger, Analyst bei der DZ Bank, in einer aktuellen Studie. Seine Prognose be-

zieht sich auf die 110 größten Börsengesellschaften Deutschlands. Dabei handelt es sich um die im HDax erfassten Emittenten, also 30 Dax-Konzerne, plus 50 aus dem MDax sowie 30 TecDax-Titel. Wer deren Anteilsscheine besitzt, dürfte dieser Tage gerne auf seinen Kontoauszug sehen, erklärt Bissinger.

ATTRAKTIVE RENDITEN

Tatsächlich lässt der bevorstehende Geldregen ein Investment in Aktien attraktiv erscheinen. Hinzu kommt: Die jüngste Kurskorrektur an den Börsen hat die Dividendenrendite erhöht. Denn bei sonst

gleichen Bedingungen steigt diese Kennzahl mit fallendem Aktienkurs und umgekehrt. Aktuell zahlen die Dax-Konzerne im Schnitt 3,2 Prozent. Auf europäischer Ebene ist das Verhältnis aus jährlicher Gewinnausschüttung pro Aktie und Kurs ähnlich hoch. Andreas Hürkamp von der Commerzbank rechnet mit einer Dividendenrendite von durchschnittlich 3,3 Prozent bei den im Euro Stoxx 50 zusammengefassten fünfzig Konzernen aus der Eurozone. Die Analysten von Generali Investments erwarten hier sogar eine Relation von 3,6 Prozent. Die Schätzungen der Beobachter variieren. In jedem Fall sind

die Renditen verlockend. Also rein in Dividentitel? Ja, aber erst nach Durchführung einer ganzheitlichen Finanzplanung, bei der Anleger und Berater gemeinsam ermitteln, wie viel Geld dafür zur Verfügung steht und wie riskant die Anlage sein darf. Die „Dividentenkönige“ finden Interessierte zum Beispiel auf mydividends.de oder dividendenchecker.de. Im Dax zum Beispiel kommen Gesellschaften wie Allianz, BMW, Daimler, Telekom oder Münchener Rück aktuell auf eine Dividendenrendite zwischen vier und fünf Prozent.

Aber Vorsicht: Eine hohe Dividendenrendite ist nur ein Auswahlkriterium bei der Anlage. Grundlegende Faktoren wie etwa die Wettbewerbsposition des Unternehmens, das Kurs-Gewinn-Verhältnis, die finanzielle Stärke und die Dynamik der Gewinne kommen hinzu. Erfahrene Vermögensmanager betonen: „Wenn Anleger sich nur an Hitlisten orientieren, verdrängen sie leicht, dass die Dividendenrendite auch steigt, wenn der Kurs der Aktie fällt.“

DIVIDENDEN SCHWANKEN STARK

Ein sinkender Börsenpreis hat oft fundamentale Gründe. Ein Beispiel ist VW. Der Diesel-Skandal hat die Aktien in den Keller geschickt. Und weil der Autobauer in den USA Schadensersatz in Milliardenhöhe leisten muss, kürzte das Management die Ausschüttung je Vorzugsaktie für 2015 von 4,80 Euro auf 0,17 Euro. Immerhin verdient der Konzern Geld. Für 2017 erwarten Beobachter wieder eine Gewinnbeteiligung der Aktionäre in Höhe von fast vier Euro.

Ein anderer Beleg ist RWE. Auch deren Aktionäre bekamen in den vergangenen Jahren wenig bis nichts. Hier macht sich die Energiewende sowie der Rückzug von Investoren aus Kohle-Unternehmen bemerkbar. Für 2017 wollen die Essener 1,50 Euro Dividende plus ein Euro Sonderausschüttung wegen des Innogy-Verkaufs an Eon für ihre Anleger lockermachen. Die Deutsche Bank wiederum zahlt nur elf Cent, nach 19 Cent für 2016.

Die Beispiele bekannter deutscher Konzerne zeigen, dass Dividenden stark schwanken und auch mal ausfallen können. Für private Anleger kommt die Auswahl einzelner Aktien auf eigene Faust nicht infrage. Die Gefahr eines Fehlgriffs ist zu groß. Um das Anlagerisiko über zahlreiche Unternehmen aus der ganzen Welt zu streuen, kommen global inves-

Dividendenfonds Für risikobewusste Anleger

Für private Anleger, die das Risiko von Einzelinvestments vermeiden wollen, bieten

sich Fonds als Alternative an. Aktiv verwaltete Fonds haben aber ihren Preis.

PRODUKT	ISIN	GESAMTKOSTEN (TER) IN %	PERFORMANCE 5 JAHRE IN %
DJE DIVIDENDE & SUBSTANZ ¹	LU0159551042	1,60	56
PARVEST EUROPE DIVIDENDE ¹	LU0111491469	1,90	23
DWS TOP DIVIDENDE ²⁾	DE0009848119	1,45	48
LBBW DIVIDENDENSTRATEGIE EUROLAND ²⁾	DE0009780411	1,69	68
FT HIGH DIVIDEND ²⁾	DE0005317424	1,57	55

1) thesaurierend = Dividenden erhöhen das Fondsvermögen; 2) ausschüttend = Dividenden fließen jedes Jahr anteilig an den Anteilsscheininhaber;

Stand: Februar 2018, Quelle: Comdirect



»Sinn macht nur ein ETF auf dem DivDAX-Performanceindex.«

Adrian Roestel,

Leiter Portfoliomanagement beim Vermögensverwalter Huber, Reuss & Kollegen in München.

gemanagt“. Solche aktiv verwalteten Fonds sind teuer. Die Gesamtkostenquote liegt oft zwischen 1,5 und 2,0 Prozent. Im Gegenzug vertrauen Anleger darauf, dass die Fondsmanager die aussichtsreichsten Aktien im Portfolio haben und bei Bedarf die Favoriten wechseln.

Diese Flexibilität haben passive Fonds nicht. Diese Exchange Traded Funds (ETF) bilden starr einen Index ab. Der von der Deutschen Börse aufgelegte Dividendenindex (DivDAX) etwa enthält die 15 Unternehmen des DAX mit den höchsten Dividendenrenditen. Der Index wird jährlich im September angepasst.

Im Vergleich zu aktiv verwalteten Fonds sind ETF sehr günstig; die Gesamtkostenquote für Anleger liegt häufig bei 0,2 bis 0,4 Prozent. „Blind zugreifen sollten Anleger aber nicht“, betont Roestel und erklärt: „Sinn macht nur ein ETF auf dem DivDAX-Performanceindex, welcher die Dividenden einrechnet.“ Bei einem Kursindex würden die Zahlungen an die Aktionäre nicht berücksichtigt, weshalb sie für Anleger unattraktiver seien als Performanceindizes. **hm**

cornelia.hefer@handwerk-magazin.de



Wohin mit den Rücklagen?

Tipps von Finanzexperten und was derzeit in der Geldanlage Sinn macht, finden Sie hier: www.handwerk-magazin.de/geldanlage

tierende Dividendenfonds infrage (siehe Tabelle oben). Adrian Roestel, Leiter Portfoliomanagement beim Vermögensverwalter Huber, Reuss & Kollegen, hält den DWS Top Dividende für „sehr gut

FINANZIERUNGSMONITOR

BANKEN für Betriebe zu langsam

Wenn mittelständische Unternehmen eine Finanzierung benötigen, dann meist sehr schnell: So sind etwa bei Betriebsmittelkrediten 87 Prozent der Firmen auf eine Finanzierungszusage binnen eines Monats angewiesen. 15 Prozent benötigen die Entscheidung oft sogar in einer Woche. Entsprechend ist die rasche Kreditzusage für 94 Prozent der Unternehmen ein Top-Kriterium. Das stellt die Banken mit ihren Abläufen, gesetzlich vorgeschriebenen Regularien und Dienstwegen vor erhebliche Herausforderungen. Das ergab der bereits zum dritten Mal vom digitalen Mittelstandsfinanzierer creditshelF erhobene „Finanzierungsmonitor“.

Nur 37 Prozent der Banken und Sparkassen erfüllen aktuell die Erwartungen der Kreditnehmer in Sachen Geschwindigkeit voll,

Tendenz sinkend. Denn waren 2016 immerhin noch 81 Prozent der Betriebe mit der Dauer der Entscheidungsprozesse zumindest eher zufrieden, sank dieser Wert ein Jahr später auf nur noch 73 Prozent und rutschte in diesem Jahr auf 70 Prozent ab. Trotz oft langjähriger Vertrauensverhältnisse, die Unzufriedenheit des deutschen Mittelstandes mit den Hausbanken wächst. Entsprechend steigt die Bereitschaft beim Mittelstand, sich nach alternativen Finanzierungswegen wie Online-Plattformen umzusehen. Schon jetzt stoßen diese Angebote der sogenannten Fintechs auf entsprechendes Interesse. Für 78 Prozent der Unternehmen würden unkomplizierte Verfahren den Ausschlag zur Nutzung geben, bei 56 Prozent könnten die Fintechs mit Geschwindigkeit punkten. **coh**

Die schnelle Kreditzusage ist für Betriebe entscheidend.

Finanzspiegel für Unternehmer

Firmendarlehen nach Bonität/Sicherheiten

Betriebsinvestitionen	von	1,75 %
	bis	3,99 %
Kontokorrent	von	7,99 %
	bis	10,99 %

Verzugszins - BGB, VOB

Verbraucher	4,12 %
Unternehmer	8,12 %

Baugeld¹ - Effektivzins²

	10 J.	15 J.
Deutsche Bank	1,65 %	2,22 %
Degussa Bank	1,73 %	2,24 %
Postbank	1,86 %	2,13 %

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 %
ProCredit Bank	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: 15.03.2018



Die Finanzierung von Nachfolgen legte bei den Förderinstituten im Vorjahr deutlich zu.

BÜRGSCHAFTSBANK BADEN-WÜRTTEMBERG

NACHFOLGEN legen weiter zu

Bürgschaftsbank und MBG Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Baden-Württemberg haben im Jahr 2017 Unternehmen 2.213 Finanzierungen mit einem Volumen von 591,8 Millionen Euro ermöglicht. Mehr als 60 Prozent der durch die Bürgschaftsbank begleiteten Vorhaben waren dabei erneut Unternehmensnachfolgen und Gründungen. In Summe ermöglichte das Förderinstitut 1.327 Gründungen und Übernahmen von über 253 Millionen Euro Kredit- und Beteiligungsvolumen. Wie bereits im Jahr zuvor legten vor allem die Nachfolgen deutlich zu (545 Nachfolgen mit 140 Millionen Euro). Der Grund: Die Kaufpreise steigen wegen der guten Konjunktur und der günstigen Zinsen. Für viele potenzielle Übernehmer wird die Finanzierung damit schwieriger. Bürgschaften und Beteiligungskapital sind dabei ein wichtiger Erfolgsfaktor. Bei der MBG haben vor allem die Finanzierungen von Innovationen und Expansionen Fahrt aufgenommen. **coh**

75%



Um soviel steigerte der Online-Kreditmarktplatz Auxmoney 2017 sein ausgezahltes Kreditvolumen: auf 316 Millionen Euro.



Liquidität über Factoring verschafft Spielraum.

ALTERNATIVE FINANZIERUNG

Factoring wächst um 9,5 PROZENT

Der Aufwärtstrend bei Finanzierungen mit Factoring hält weiter an. 2017 lag das Ankaufvolumen im Mittelstand um 9,5 Prozent über dem Vorjahr, ermittelte der BFM Bundesverband Factoring für den Mittelstand. Eine typische Anforderung sei die schnelle und flexible Bereitstellung von Mitteln. In der Umsatzklasse bis 50 Millionen Euro wünschen sich schon heute 57 Prozent der Unternehmen mehr Freiheit bei der Kapitalbeschaffung. „Liquidität ist ein Schlüssel für Markterfolge. Auch in Zukunft gilt es, möglichst vielen kleinen und mittleren Unternehmen Zugang zu bankenunabhängigen Finanzierungen zu verschaffen“, erklärt Simon Schach, Vorstandsvorsitzender des BFM. Die Mitglieder des Bundesverbands BFM betreuen derzeit mehr als 8.700 kleine und mittlere Unternehmen mit einem Forderungsvolumen von insgesamt 5,44 Milliarden Euro. Ihre Geschäftserwartung für das laufende Jahr hat sich gegenüber 2017 noch einmal verbessert. 79 Prozent (2017: 76 Prozent) der befragten Factoring-Gesellschaften rechnen mit einer positiven Umsatzentwicklung für ihr Unternehmen. **coh**

ANLEGERTIPP DES MONATS

Mensch schlägt Maschine

ANLASS

Die „Welt am Sonntag“ (WamS) hat jüngst untersuchen lassen, wie ausgewogene Depots traditioneller Fondsgesellschaften im Vergleich zu ausgesuchten Robo-Advisors abgeschnitten haben – und zwar während des Kurseinbruchs vom 24. Januar bis zum 9. Februar dieses Jahres. In dieser Zeit tauchte der DAX von 13.500 auf rund 12.000 Zähler ab und büßte somit rund elf Prozent ein. Ein ausgewogenes Depot aus Indexfonds (ETFs) mit 50 Prozent weltweit gestreuten Aktien und 50 Prozent ebensolcher Anleihen verlor in jenen drei Wochen knapp fünf Prozent und fing den herben Aktienverlust gut auf.

ANLAGE

Das können die Robo-Advisors nicht unbedingt von sich sagen: Gleich drei Anbieter verloren deutlich mehr als das ETF-Depot, der Marktführer Scalable Capital büßte sogar über acht Prozent ein, während traditionelle Häuser von Union Investment bis DWS drei bis vier-einhalb Prozent abgaben – auch wenn man bei Scalable & Co. darauf verweist, dass man sich nicht an solchen kurzen Fristen orientiere. Dummerweise liegen die Roboterstrategien des Unternehmens auch seit dem 1. Januar 2017 relativ weit hinten, wie die WamS vermerkt. Ist also der Mensch der Maschine überlegen? Das wäre ein vorschnelles Urteil. Doch ein paar Dinge lassen sich durchaus



Stephan Albrecht,
Vorstand der Albrecht & Cie.
Vermögensverwaltung AG,
www.ksw-vermoegen.de

sagen: Ein starres Portfolio ohne die Möglichkeit von Eingriffen oder ohne eine vernünftige Ausstiegs-Strategie wird nicht dadurch besser, dass es von Computern statt von Menschen geführt wird. Dies ist das Dilemma aller Buy-and-Hold-Portfolios, egal mit welcher Aktienquote. Dass die traditionell arbeitenden Geldmanager im obigen Beispiel die Roboter geschlagen haben, dürfte sie freuen, ist aber keine Garantie, dass solche diskretionären Entscheidungen immer aufgehen. Im Gegenteil, eine Fehleinschätzung der künftigen Entwicklung kann ordentlich ins Geld gehen.

RAT

Die Fragestellung „Ist der Mensch oder die Maschine der bessere Anleger?“ führt in die Irre. Wir erwarten für den Kunden bessere Ergebnisse, wenn die positiven Aspekte beider Ansätze auf einer soliden und ausreichend getesteten Grundlage verbunden werden.

LFA FÖRDERBANK BAYERN

260 MILLIONEN Euro für Betriebe

Die LfA Förderbank Bayern hat dem bayerischen Handwerk 2017 rund 260 Millionen Euro an Förderkrediten zugesagt. Das ist ein Zuwachs von knapp elf Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Mittel gingen an rund 1.000 kleine und mittlere Betriebe, die so Investitionen von über 400 Millionen Euro finanzieren konnten. Dadurch sind allein im vergangenen Jahr über 750 neue Arbeitsplätze entstanden, rund 16.700 Arbeitsplätze wurden so in Bayern gesichert. Im Fokus standen bei den Unternehmen Investitionen in neue Gebäude und Maschinen sowie das Thema Unternehmensnachfolge. Der Präsident des Bayeri-

schen Handwerkstages (BHT), Franz Xaver Peteranderl, erläutert dazu: „Trotz guter Handwerkskonjunktur stehen die 203.000 bayerischen Betriebe auch 2018 vor vielfältigen Herausforderungen: Die Erweiterung des Betriebs, die Vorfinanzierung von Aufträgen und nicht zuletzt die Digitalisierung erfordern immer neue Investitionen.“ Die LfA Förderbank Bayern ist seit 1951 die staatliche Spezialbank zur Förderung des Mittelstands in Bayern. Die Förderkredite werden grundsätzlich bei den Hausbanken der jeweiligen Unternehmen beantragt und über die Hausbanken dann auch ausgereicht. **coh**

So geht der Fiskus **LEER** aus

Die Gemeinden kassieren bei der Gewerbesteuer häufig kräftig ab: Anlass für Zoff mit dem Fiskus geben oft Anrechnungen von Mieten und Lizenzen. So zahlen Sie möglichst wenig.

Autorin **Eva Neuthinger** Fotografien **Micha Wolfson**

R

Robert Freudling sieht die Gewerbesteuer als unvermeidliches Übel. „Steuern zahlt sicher niemand gerne, aber die Gewerbesteuer nehmen wir einfach hin. Großen Spielraum, um hier zu sparen, haben wir schließlich ohnehin nicht“, sagt der Geschäftsführer der Albert & Robert Freudling GmbH in Kempten im Allgäu. Gemeinsam mit seinem Vater Albert Freudling führt er ein Tiefbauunternehmen mit zehn Mitarbeitern. „Wir hatten auch noch niemals Ärger bei einer Betriebsprüfung im Zusammenhang mit der Gewerbesteuer“, so Freudling. Nur einmal wehrte er sich gegenüber dem Fiskus: „Das war vor vielen Jahren. Die Stadt hatte die Gewerbesteuer von unseren Konten nicht eingezogen. Als das festgestellt wurde, sollten wir Verzugszinsen bezahlen. Mit einem kurzen Anruf beim Sachbearbeiter war alles geklärt“, erinnert sich Freudling.

Er weiß aber, dass andere Unternehmer sich über die Höhe der Gewerbesteuer

Hebesätze Die teuersten und günstigsten Kommunen

Hier die für Unternehmen laut Statistischem Bundesamt in Sachen Gewerbesteuer teuersten und günstigsten Gemeinden

und Kommunen in Deutschland. Teuer ist vor allem der tiefe Westen, günstig der Nordosten Deutschlands:

Teuerste Gemeinden:

Dierfeld, Rheinland-Pfalz **900 %**

Wettlingen, Rheinland-Pfalz **600 %**

Oberhausen, Nordrhein-Westfalen **550 %**

Heimbach, Nordrhein-Westfalen **550 %**

Erftstadt, Nordrhein-Westfalen **535 %**

Günstigste Gemeinden:

Zossen, Brandenburg **200 %**

Dragun, Mecklenburg-Vorpommern **200 %**

Priepert, Mecklenburg-Vorpommern **200 %**

Schönbeck, Mecklenburg-Vorpommern **200 %**

Höhenland, Brandenburg **200 %**

Quelle: Statistisches Bundesamt

A photograph of two men standing in front of a red excavator. The man on the left is older, with glasses, wearing a dark jacket over a light shirt and dark trousers. The man on the right is younger, wearing a dark jacket over a checkered shirt and dark trousers. The excavator is red and white, with a large hydraulic arm and bucket. The background is a red building.

»Einmal sollten wir
für die Gewerbesteuer
Verzugszinsen bezahlen.
Mit einem kurzen Anruf
bei der Stadt war
aber alles geklärt.«

Robert Freudling (re.) und Vater Albert Freudling, Geschäftsführer
der Albert & Robert Freudling GmbH in Kempten.



»Wenn Handwerksunternehmen mehrere Filialen führen, können die Standortunterschiede für die Gewerbesteuer strategisch bedeutsam sein.«

Alexander Kimmerle, Steuerberater der Kanzlei Ecovis in Kempten.

öfter ärgern. „Wir haben schon gehört, dass Firmen eigens ihren Standort in eine andere Gemeinde mit einem niedrigeren Hebesatz verlegt haben“, sagt der Firmenchef.

GEWERBESTEUER IST GEMEINDESTEUER

Die Gewerbesteuer fließt zum größten Teil in die Kassen der jeweiligen Gemeinde. Sie wird abhängig vom jeweiligen sogenannten Hebesatz berechnet. Viele Kommunen, gerade in ländlichen Regionen, treten mit einem niedrigen Hebesatz in Konkurrenz zu Nachbargemeinden, um die Unternehmen an sich zu binden. Jedes Jahr zahlen die Firmen insgesamt rund 40 bis 50 Milliarden Euro Gewerbesteuer. Die hohen Beträge geben Anlass, die Möglichkeiten zum Steuernsparen auszuloten.

Den Löwenanteil der Gewerbesteuer-einnahmen der Kommunen tragen die Kapitalgesellschaften. „Sie erhalten keinen Freibetrag“, sagt Alexander Kimmerle, Steuerberater der Kanzlei Ecovis in

Kempten. Er hat viele mittelständische Unternehmer als Mandanten, mit denen er immer wieder die Probleme rund um die Gewerbesteuer erörtert. Einzel- und Personengesellschaften haben es besser. Sie profitieren von einem Freibetrag von 24.500 Euro im Jahr. Erst wenn der Gewerbebetrags als Bemessungsgrundlage für die Steuer darüber liegt, muss sich der Handwerkschef mit dem Thema beschäftigen – das dürfte allerdings häufig der Fall sein. „Die Gewerbesteuer wird bei ihnen auf die Einkommensteuer angerechnet, bei niedrigen Hebesätzen in voller Höhe“, sagt Kimmerle.

RELEVANTE GRÖSSE IST DER GEWERBESTEUERMESSBETRAG

Wie das genau funktioniert, steht in einem Schreiben des Bundesfinanzministeriums (Az.: IV C 6 – S 2296-a/08/10002:003). Verrechnet wird das 3,8-Fache des vom Fiskus festgesetzten Gewerbesteuermessbetrages. Allerdings gilt dies nur für den Anteil der Einkommensteuer, der auf die gewerblichen Einkünfte entfällt. Damit ist klar: Die relevante Größe ist der Gewerbesteuermessbetrag. Dessen Basis ist der Gewinn. Diesem werden verschiedene Positionen hinzugerechnet oder von ihm abgezogen. Beispielsweise gibt der Fiskus hier die sogenannten Dauerschuldzinsen hinzu, die mindestens eine Laufzeit von einem Jahr haben. Schuldzinsen für den Einkauf von Betriebsmitteln bleiben in der Regel außen vor. Leasingraten kalkuliert der Fiskus mit 20 Prozent ein. Pensionszahlungen, Vertriebslizenzen, Skonti, Boni oder Rabatte werden nicht hinzugerechnet. Ausnahmen gelten, wenn extrem lange Fristen für die Skonti gewährt werden – die eigentlich am Markt nicht mehr üblich sind. Viele Handwerksunternehmer bilden aber eine gewinnmindernde Rückstellung für die Aufbewahrung von Geschäftsunterlagen in ihrer Bilanz. Dafür sind Hinzurechnungen vorzunehmen, wenn diese für die Raummiete vorgesehen sind. Angesetzt wird bei Mieten übrigens nur die Kaltmiete ohne die Aufwendungen für Strom, Wasser, Gas und Heizung. Mieten für Lager fallen hingegen heraus, wenn sich der Vertrag auf die Einlagerung bezieht.

SPEZIELLE STEUERREGELN FÜR FRANCHISEGEBÜHREN

Die Oberfinanzdirektion Nordrhein-Westfalen hat im Herbst vergangenen

Jahres in einer Kurzinfo erklärt, welche Steuerregeln speziell für Franchisegebühren gelten. Konkret werden diese nicht hinzugerechnet, soweit sie sich auf ungeschütztes Erfahrungswissen beschränken – hier geht es um das Knowhow, das der Franchisegeber weitergibt. Nur überlassene Schutzrechte wie Patente oder Lizenzen sind für die Gewerbesteuer relevant. „Deshalb ist es wichtig, dass sie auf der Rechnung deutlich ausgewiesen sind. Andernfalls schätzen die Beamten diese, was sich nachteilig auswirken kann“, sagt Kimmerle.

Man muss aber wissen: Die Hinzurechnungen kommen erst zum Tragen, wenn sie insgesamt mehr als 100.000 Euro betragen. „Mittelständische Handwerksbetriebe erreichen diese Größenordnung eher selten“, so der Steuerberater. Dann sind diverse Kürzungen wie etwa Spenden abzuziehen (siehe Beispielrechnung, Seite 67). Unterm Strich ergibt sich so der Gewerbeertrag, der mit der Steuermesszahl von 3,5 Prozent multipliziert wird. Damit hat man die Bemessungsgrundlage für die Gewerbesteuer. Wie viel der Handwerkschef am Ende zahlt, entscheidet der jeweilige Hebesatz. Dieser variiert abhängig vom Standort. In den Metropolen betragen die Sätze in der Regel deutlich über 400 Prozent, in kleineren Gemeinden liegt er oft wesentlich darunter (siehe Hebesätze-Grafik, Seite 64). Der jeweilige Hebesatz wirkt sich bei einem hohen Gewinn deutlich aus.

STANDORTFRAGE HÄUFIG STREITPUNKT MIT GEMEINDEN

„Wenn Handwerksunternehmen mehrere Filialen oder mehrere Betriebsstätten führen, können die Unterschiede strategisch bedeutsam sein“, sagt Kimmerle. Hintergrund: Der Unternehmer muss in jeder Gemeinde, in der er einen Sitz hat, Gewerbesteuer abführen. „Für deren Bemessung werden alle Löhne und Gehälter zugrunde gelegt, die der Handwerkschef in seinen Betriebsstätten an seine Angestellten zahlt“, erläutert Dietrich Loll, Steuerberater der Kanzleigruppe ETL in Berlin. Die Gruppe arbeitet bundesweit mit 7.000 Mitarbeitern zusammen und zählt zu den größten Beratungsgesellschaften in Deutschland. Loll hat sich auf das Themenfeld Unternehmenssteuern spezialisiert.

Die Lohnsummen-Regel beinhaltet für Firmenchefs einerseits Spielräume zum Steuernsparen, andererseits aber

auch Risiken. „Die Frage, in welcher Gemeinde ein Unternehmer Gewerbesteuer zahlen muss, ist nicht immer eindeutig zu beantworten. Vor allem bei weit verzweigten Firmen mit vielen Filialen kann die Gewerbesteuererlegung, wie der Fachausdruck heißt, einen Streitpunkt mit der Gemeinde und dem Fiskus darstellen“, so Loll.

Der Unternehmer könnte für die Filialen an einem Standort mit einem relativ niedrigen Hebesatz besonders viele Mitar-

beiter angeben, in den Niederlassungen mit einem höheren Hebesatz dagegen bewusst wenige. „Die Finanzämter kontrollieren das. Sie fragen bei Betriebsprüfungen gezielt nach, welche Mitarbeiter wie häufig hin und her pendeln. Zu großzügig sollten Firmenchefs die Freiräume nicht ausnutzen“, rät Kimmerle.

ZWEI FIRMEN MINIMIEREN ZAHLUNGEN

Handwerkschefs haben aber eine weitere Option, um ihre Gewerbesteuerzahlun-

gen zu minimieren. Sie teilen ihren Betrieb auf – in zwei Firmen, um die Freibeträge doppelt auszuschöpfen. Wenn ein Handwerksmeister beispielsweise auch Leistungen als Energieberater anbietet, kann er diese als Freiberufler abrechnen. Das muss nicht über den Betrieb laufen. Als Selbstständiger unterliegt er für diesen Teil seiner Umsätze dann nicht der Gewerbesteuer.

WANN UNTERLIEGEN UNTERNEHMEN DER GEWERBESTEUER?

Dazu passt ein neues Urteil des Bundesfinanzhofs (Az.: VIII R 45/13). Eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) hatte technische Handbücher, Bedienungsanleitungen und ähnliche Dokumentationen übersetzt – und zwar teilweise in Sprachen, welche die Gesellschafter selbst nicht sprechen oder schreiben konnten. Also gaben sie selbstständigen Übersetzern einen Auftrag. Für die Führungsspitze des Unternehmens war damit klar, dass die GbR nicht der Gewerbesteuer unterliege. Anders sah dies der Fiskus und erließ einen Gewerbesteuermessbescheid. Der Bundesfinanzhof bestätigte dies. „Eine freiberufliche Tätigkeit hätte in diesem Fall nur vorgelegen, wenn die Gesellschafter in der Lage gewesen wären, die Texte selbst zu übersetzen“, so Kimmerle. Dieses Urteil betrifft im Handwerk beispielsweise Generalplaner. Auch sie können oft nicht alle angebotenen Leistungen im eigenen Büro in vollem Umfang erbringen. Werden Leistungen größeren Umfangs an Subunternehmer vergeben, könnte das Finanzamt daher am Ende darauf pochen, dass sie einen Gewerbebetrieb führen. „Die Unterscheidung ist schon ein wenig knifflig. Wir empfehlen deshalb, vorab besser mit einem Steuerberater zu sprechen“, meint Kimmerle.

Den Rat eines Steuerexperten holt auch Firmenchef Robert Freudling zur Sicherheit immer ein, auch wenn sich bei ihm nur selten Zweifelsfragen rund um die Gewerbesteuer ergeben.

ramon.kadel@handwerk-magazin.de

hm



Immer den passenden Plan

Für die richtige Steuergestaltung brauchen Sie einen Überblick über aktuelle Steuerthemen. Den finden Sie hier:

www.handwerk-magazin.de/steuerstrategien



Beispielrechnung Schritt für Schritt zur Gewerbesteuer

Die Berechnung der Gewerbesteuer ist ein komplizierter Vorgang – und für den Laien kaum verständlich. Mit unserer Beispielrechnung

So sieht das grobe Schema aus, um den Gewerbesteuermessbetrag zu errechnen:

Gewinn aus Gewerbebetrieb

+ **Hinzurechnungen** (siehe „Hinzurechnungen“)

– **Kürzungen** (siehe „Kürzungen“)

= Gewerbeertrag

– **Freibetrag** 24.500 Euro für Personengesellschaften
– **x 3,5 Prozent** (Steuermesszahl)

= Gewerbesteuermessbetrag

Hinzurechnungen:

100 Prozent bei Schuldzinsen, Renten, dauernden Lasten, Gewinnanteile stiller Gesellschafter

+ **50 Prozent** Mieten, Pachten, Leasingraten von unbeweglichen Wirtschaftsgütern

+ **25 Prozent** Lizenzen

+ **20 Prozent** Mieten, Pachten, Leasingraten von beweglichen Wirtschaftsgütern

– **abzüglich Freibetrag** 100.000 Euro

multipliziert mit 25 Prozent

allgemeiner Hinzurechnungssatz

= Summe der Hinzurechnungen

zum Gewinn aus Gewerbebetrieb

Kürzungen:

1,2 Prozent des Einheitswertes des zum Betriebsvermögen gehörenden Grundbesitzes

+ **ggf. Gewinnanteile** aus Mitunternehmenschaften

+ **ggf. Dividenden**

+ **Spenden**

= Summe der Kürzungen

können Sie nachvollziehen, wie Fiskaldiener vorgehen, wenn sie die Gewerbesteuerlast für Handwerksunternehmen berechnen:

Beispiel:

Ein Handwerksbetrieb in München erzielt einen Gewerbeertrag von 90.000 Euro.

Gewerbeertrag 90.000 Euro

– Freibetrag 24.500 Euro

= Korrigierter Gewerbeertrag (65.500 Euro)

Multipliziert mit 3,5 Prozent

= Steuermessbetrag von 2.292,50 Euro.

Der Gewerbesteuerhebesatz in München beträgt 490 Prozent:

2.292,50 Euro x 490 Prozent

= 11.233,25 Euro Gewerbesteuer

Es handelt sich um eine Personengesellschaft, weshalb das 3,8-Fache des anteiligen Gewerbesteuerbetrags auf die Einkommensteuer angerechnet wird:

2.292,50 x 3,8

= 8.711,50 Euro

faktisch zahlt der Handwerkschef damit:

11.233,25 – 8.711,50 Euro

= 2.521,75 Euro

Ganz anders sieht dies aus, wenn es sich um eine Kapitalgesellschaft handelt:

Gewerbeertrag 90.000 Euro x 3,5 Prozent

= 3.150 Euro Gewerbesteuermessbetrag

Multipliziert mit dem Hebesatz von 490 Prozent

= 15.435 Euro (eine Anrechnung entfällt)

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 sechsten Teil zeigen wir, wie Sie reagieren sollten, wenn Sie trotz aller Vorsicht doch einmal Abmahnungen im Briefkasten finden.

#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**

Wenn kleine Fehler teuer werden: So reagieren Sie richtig auf **ABMAHNUNGEN**

Trotz aller Vorsicht kann jeder Handwerksunternehmer schnell in die Abmahn-Falle tappen. Denn: Unwissenheit schützt natürlich nicht vor Strafe. So kommen Sie möglichst ungeschoren aus dem Klammergriff von Abmahn-Anwälten.

Autorin **Anna Rehfeldt**

E

Egal ob es sich um unerlaubte Werbung mit einer fremden Marke handelt, ob ein Fehler im Impressum vorliegt oder ob in der Werbeanzeige eine der unzähligen Verbraucherinformationen fehlt: Handwerksbetriebe müssen immer umfangreichere Vorgaben beachten, wenn es um ihre Werbung geht. Kleine Fehler können ansonsten beispielsweise von der Konkurrenz oder Verbraucherschutzverbänden mit teuren Abmahnungen gestraft werden. Damit die Abmahnung für Handwerksbetriebe nicht zur Kostenfalle wird, geben wir Ihnen im letzten Beitrag unserer Serie Tipps und einen Notfallplan mit an die Hand.

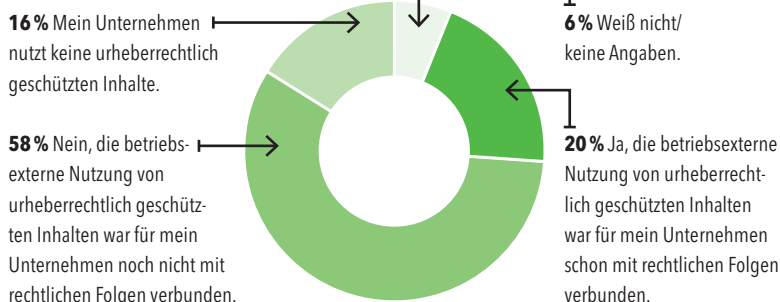
WELCHES ZIEL VERFOLGT EINE ABMAHNUNG?

Abmahnungen sollen grundsätzlich dazu dienen, den Abgemahnten auf einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht, das Markenrecht, das Urheberrecht oder sonstige Schutzrechte außergerichtlich hinzuweisen. Der Verstoß soll für die Zukunft unterlassen werden. Auch wenn es Betroffene oftmals anders sehen: Die Abmahnung soll vor kostenintensiven Prozessen schützen. Kurz gesagt, die Abmahnung stellt eine Art „Warnschuss“ vor weiteren Ansprüchen dar. Gibt der Abgemahnte dann eine ausreichend strafbewehrte Unterlassungserklärung ab, ist die Angelegenheit in der Regel beendet. Ein Gerichtsverfahren bleibt aus. Wird eine solche Unterlassungserklärung nicht oder nicht in dem erforderlichen Umfang abgegeben, kann der Abmahner entweder auf Unterlassung klagen oder, wenn es schnell gehen muss, eine einstweilige Verfügung beantragen.

Praxistipp: Wird der Abmahnung eine bereits vorbereitete Unterlassungserklärung beigelegt, ist diese in der Regel zu umfassend und nicht immer erforderlich. Betriebe sollte diese also nie ungeprüft unterschreiben. >

Statistik Jedes 5. Unternehmen hat Ärger mit Urheberrechtsverletzungen

Laut einer aktuellen YouGov-Umfrage hatten bereits 20 Prozent der deutschen Unternehmen mit rechtlichen Konsequenzen von Urheberrechtsverletzungen wie beispielsweise Abmahnungen zu tun. Für die Daten wurden 517 Personen befragt.



Quelle: YouGov Deutschland GmbH 2017 (Die Ergebnisse wurden nach Beschäftigtenanteil pro Unternehmensgröße gewichtet und sind daher repräsentativ für deutsche Unternehmensentscheider nach Beschäftigtenanteil pro Unternehmensgröße.)

Notfallplan So sollten Sie auf eine Abmahnung reagieren

Eine Abmahnung eines Anwalts sollten Sie auf keinen Fall ignorieren. Nehmen Sie die Fristen ernst und lesen Sie das Schriftstück in aller Ruhe. Aus der Abmahnung geht

schließlich hervor, was Ihnen genau vorgeworfen wird. Hier eine kurze Checkliste, was Sie im Falle einer Abmahnung unternehmen sollten:

- ☒ **Überprüfen Sie, ob der Tatvorwurf stimmen kann.** Waren Sie zum angegebenen Zeitpunkt der Urheberrechtsverletzung überhaupt zu Hause?
- ☒ **Halten Sie die angegebene Frist unbedingt ein.** Wenn das nicht möglich ist, sollten Sie einen Antrag auf Fristverlängerung stellen.
- ☒ **Nennen Sie bei der ersten Antwort auf das Anwaltsschreiben** das Aktenzeichen, das Datum der Abmahnung, das Datum, bis wann Sie sich äußern möchten, und bitten Sie um eine schriftliche Bestätigung.
- ☒ **Bevor Sie die Abmahnung unterschreiben,** sollten Sie unbedingt überprüfen, ob die Forderungen angemessen sind (siehe „So berechnet sich der Schadensersatz“, Seite 70).
- ☒ **Falls Sie einen Anwalt hinzuziehen:** Die Anwaltskosten ergeben sich aus dem Vergütungsverzeichnis des Rechtsanwaltsvergütungsgesetzes und werden nach einem Gebührenschlüssel berechnet. Zumeist weist eine Abmahnung eine 1,3 Geschäftsgebühr nach Nr. 3200 auf. Darüber hinaus kann nach 7002 VV RVG eine Auslagenpauschale von 20 Prozent der Gebühren verlangt werden, höchstens jedoch 20 Euro.
- ☒ **Überprüfen Sie die Unterlassungserklärung:** Ist diese zu weitreichend formuliert, könnten Sie Ihr Leben lang an den Vertrag gebunden werden, mindestens aber 30 Jahre. Hier auf keinen Fall unterschreiben.
- ☒ **Ignorieren Sie die Abmahnung, erfolgt in der Regel eine Klage.** Bei der Stellungnahme gegenüber dem Kläger sollten Sie dann Folgendes nicht vergessen:
 - # **Anschrift des Gerichts**
 - # **Aktenzeichen**
 - # **Ein Hinweis, ob Sie den Anspruch anerkennen oder zurückweisen**
 - # **ein Hinweis darauf, wer Ihrer Meinung nach die Kosten des Verfahrens tragen sollte**
 - # **Begründung**
 - # **Unterschrift**

»Anti-Abmahnklauseln wie das Zurückweisen einer Abmahnung ohne vorherige Kontaktaufnahme sind unwirksam, können selbst abgemahnt werden.«

Urteil OLG Düsseldorf (Az.: I-20 U 52/15).

Achtung: Das Oberlandesgericht Düsseldorf hat am 26. Januar 2016 entschieden, dass sogenannte „Anti-Abmahnklauseln“ wie die Formulierung „Abmahnungen ohne vorherige Kontaktaufnahme werden zurückgewiesen“ unwirksam sind und gegebenenfalls selbst abgemahnt werden können (Az.: I-20 U 52/15).

WELCHE ASPEKTE BEINHALTET EINE ABMAHNUNG?

Der genaue Inhalt einer Abmahnung hängt maßgeblich vom jeweiligen Verstoß ab. Allgemein sind in einer Abmahnung folgende Punkte enthalten:

Sachverhalt: Genaue Beschreibung des abgemahnten Verhaltens bzw. Schilderung des Sachverhalts

Juristische Einschätzung: Eine rechtliche Bewertung des gerügten Verstoßes. Bei wettbewerbsrechtlichen Abmahnungen führen rechtliche Fehleinschätzungen nicht zur Unwirksamkeit der Abmahnung!

Abmahnungen So berechnet sich der Schadensersatz

Ein Schadensersatzanspruch besteht nur, wenn Sie bei einer Urheberrechtsverletzung entweder vorsätzlich oder fahrlässig gehandelt haben. Es handelt sich dabei

immer um eine individuelle Summe. Mit den drei Methoden „Entgangener Gewinn“, „Verletzerertrag“ und „Lizenzanalogie“ wird der Schadensersatz ermittelt:

1 Entgangener Gewinn Ein Fotograf verkauft die Nutzungsrechte an seinen Bildern für jeweils 1.000 Euro. Damit mögliche Kunden einen Eindruck von seinen Fotos erhalten, stellt er diese auf seiner Website aus. Eine Person erstellt eine digitale Kopie dieser Werke und bietet sie für 300 Euro zum Verkauf an. Durch die Erstattung des tatsächlichen Schadens kann der Urheber als Schadensersatz jeweils 1.000 Euro fordern. Denn das ausgefallene Geschäft wird in diesem Fall als Beschädigung gewertet.

2 Verletzerertrag Als Verletzerertrag gelten die Einnahmen, die ein Rechtsverletzer durch die widerrechtliche Veräußerung von urheberrechtlich geschützten Werken generiert hat. In unserem Beispiel wären das die 300 Euro, die für den Verkauf der Bilder erzielt wurden. Diese Art der Berechnung ist allerdings sehr aufwendig und wird deshalb in der Regel nur angewandt, wenn mit hoher Wahrscheinlichkeit ein Ergebnis zu erwarten ist, das die anderen beiden Berechnungsmethoden deutlich übersteigt.

3 Lizenzanalogie Die Basis für den Schadensersatz bildet ein fiktiver Lizenzvertrag. Für diesen wird von Bedingungen ausgegangen, die verständige und faire Vertragspartner im Voraus miteinander abgeschlossen hätten. Die Schadenssumme wird dabei durch einen Mittelwert der bestehenden und vergleichbaren Verträge ermittelt. Hat der Urheber im Voraus selbst Lizenzen für die Nutzungsrechte an seinen Werken vergeben, können auch diese konkreten Lizenzsätze für die Bestimmung einer angemessenen Summe zum Schadensersatz herangezogen werden.

Achtung: Zusätzlich können auch immaterielle Schäden wie ein schwerwiegender Eingriff in die Persönlichkeitsrechte, die Entstellung eines Werkes oder der Verzicht auf die Namensnennung des Urhebers geltend gemacht werden. Üblich sind dabei Zuschläge zwischen 30 und 100 Prozent.

Unterlassungsaufforderung: Die Aufforderung, den Verstoß zukünftig zu unterlassen und bei Zuwiderhandlungen eine Vertragsstrafe zu zahlen. Die Höhe der Vertragsstrafe kann entweder als fester Betrag benannt werden oder nach dem sogenannten „Hamburger Brauch“ der Entscheidung des Abmahners überlassen bleiben.

Frist: Eine meist sehr kurze Frist zur Abgabe der Unterlassungserklärung und der Beseitigung des Verstoßes. Meist ist damit auch die Androhung von gerichtlichen Schritten nach erfolglosem Fristablauf verbunden.

Kosten: Schlussendlich werden oftmals auch die Abmahnkosten geltend gemacht.

WER DARF ABMAHNEN?

Im Markenrecht dürfen nur der Markeninhaber selbst oder ein berechtigter Li-

zenznehmer abmahnen. Wer also zum Beispiel als Kfz-Betrieb mit der Reparatur von bestimmten Fahrzeugen einer Marke wirbt, ohne hierzu berechtigt zu sein, kann vom Markeninhaber kostenpflichtig abgemahnt werden.

Im Wettbewerbsrecht dürfen neben den Konkurrenten („Mitbewerber“) auch Verbände abmahnen. Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) ist zum Beispiel für Abmahnungen bekannt. Mitbewerber sind Unternehmen, die auf demselben sachlichen, zeitlichen und räumlichen Markt gleichartige Waren und Leistungen anbieten. Auch Handwerkskammern und Industrie- und Handelskammern sind berechtigt, Abmahnungen auszusprechen.

IN WELCHEN FÄLLEN DARF ABGEMAHNT WERDEN?

Die Möglichkeiten von abmahnfähigen Wettbewerbsverstößen sind vielfältig. Meist stehen Verstöße gegen Markenrechte, die Pflichtangaben im Impressum, die AGB sowie sonstige Verstöße gegen verbraucherschützende Informa-

Strafrecht Das droht bei einer Urheberrechtsverletzung

In der Regel erfolgt die Ahndung einer Urheberrechtsverletzung durch das Zivilrecht bzw. durch eine Abmahnung (siehe Info „Zivilrecht“, unten). In manchen

Fällen kommt aber auf Antrag des Rechteinhabers auch das Strafrecht in Betracht. Diese Strafen drohen Ihnen bei einer strafrechtlichen Verfolgung:

TATBESTAND	STRAFE FÜR PRIVATPERSON	STRAFE FÜR GEWERBE
Unerlaubte Verwendung von urheberrechtlich geschützten Werken	Geldstrafe oder eine Freiheitsstrafe bis zu 3 Jahre	Geldstrafe oder eine Freiheitsstrafe bis zu 5 Jahre
Unzulässiges Anbringen von Urheberbezeichnungen auf Werken der bildenden Künste (Kunstfälschung)	Geldstrafe oder eine Freiheitsstrafe bis zu 3 Jahre	Geldstrafe oder eine Freiheitsstrafe bis zu 5 Jahre
Unerlaubter Eingriff in die Schutzrechte der verschiedenen Werkarten	Geldstrafe oder eine Freiheitsstrafe bis zu 3 Jahre	Geldstrafe oder eine Freiheitsstrafe bis zu 5 Jahre
Unerlaubte Eingriffe in technische Schutzmaßnahmen (Umgehung des Kopierschutzes)	Geldstrafe oder eine Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr	Geldstrafe oder eine Freiheitsstrafe bis zu 3 Jahre

Achtung: Ergänzend zu den Sanktionen nach erfolgten Urheberrechtsverletzungen, stellt das Urheberrecht auch bereits den Versuch der Rechtsverletzung unter Strafe. Die Verjährungsfrist beträgt drei Jahre zum nächsten vollen Jahr (tritt erst in Kraft, wenn der geschädigte Rechteinhaber von dem Vergehen Kenntnis nimmt).

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

Zivilrecht Konsequenzen eines Urheberrechtsverstoßes

In den meisten Fällen wollen die Beteiligten eine Urheberrechtsverletzung außergerichtlich klären. Der Geschädigte sendet dann eine Abmahnung mit einer Aufklärung über

das fehlerhafte Verhalten und einer Unterlassensauforderung zu. Schöpfer haben dabei folgende Möglichkeiten, gegen eine Urheberrechtsverletzung vorzugehen:

ANSPRUCH AUF UNTERLASSUNG

ANSPRUCH AUF BESEITIGUNG

ANSPRUCH AUF RÜCKRUF, ÜBERLASSUNG UND VERNICHTUNG

ANSPRUCH AUF AUSKUNFT

ANSPRUCH AUF VORLAGE UND BESICHTIGUNG

ANSPRUCH AUF SCHADENSERSATZ

tionspflichten ganz oben auf der Abmahnliste. Solche Verstöße sind in der Werbung, egal ob gedruckt oder digital, in Verkaufsangeboten, direkt am Betriebsgelände oder auf der Internetseite der Unternehmen zu finden.

Achtung: Auch die Verwendung unwirksamer AGB sowie Fehler im Impressum und in der Datenschutzerklärung (siehe

Titelgeschichte, ab Seite 18) können schnell abgemahnt werden.

WAS KOSTET MICH EINE ABMAHNUNG?

Die Frage nach den Kosten ist für Betroffene sicher die wichtigste. Hier kommt es darauf an, ob die Abmahnung berechtigt oder unberechtigt ausgesprochen wurde. Liegt tatsächlich ein abmahnfähiger

Verstoß vor, hat der Abmahnende einen Anspruch auf Ersatz der Kosten (siehe Übersicht, Seite 70). Das sind in der Regel die Rechtsanwaltskosten, die je nach Streitwert mehr oder weniger hoch ausfallen können. War die Abmahnung hingegen unberechtigt oder in dem Umfang nicht korrekt, müssen die Kosten nicht erstattet werden bzw. können sich anteilig reduzieren.

WIE GEHT ES NACH EINER ABMAHNUNG WEITER?

Wer die Unterlassungserklärung nach Beseitigung des Verstoßes abgegeben hat, hat hierdurch rechtlich einen Vertrag geschlossen, an den er gebunden ist. Erneute, gleichartige Verstöße lösen dann die Vertragsstrafe aus und können erneut kostenpflichtig abgemahnt werden. Wer die geforderte Unterlassungserklärung nicht abgibt, setzt sich dem Risiko eines gerichtlichen Verfahrens aus. Stellt das Gericht in einem solchen Verfahren einen Verstoß fest, wird die Unterlassung gerichtlich angeordnet und ein Ordnungsgeld für jeden weiteren Verstoß festgesetzt (siehe Infos „Zivilrecht“, links, und „Strafrecht“, links oben).

Praxistipp: Das Ordnungsgeld fließt, anders als die Vertragsstrafe, der Staatskasse zu. Es kann also eine Überlegung sein, keine Unterlassungserklärung abzugeben, sondern auf ein gerichtliches Verbot zu warten, da der Wettbewerber dann letztlich nichts an potenziellen, erneuten Verstößen „verdient“.

hm

ramon.kadel@handwerk-magazin.de



Rund ums Urheberrecht

Alle wichtigen Informationen, Tipps und Vorgaben zum Urheberrecht finden Sie auf unserer Themenseite:

www.handwerk-magazin.de/urheberrecht



KÜNDIGUNG erschwert

Gerichte müssen laut Bundesgerichtshof Gründe für eine Verwertungskündigung von Mietern jetzt noch sorgfältiger prüfen. Die gewerbliche Immobiliennutzung wird so erschwert.

Autor **Ramón Kadel**

DER FALL

Eine Kommanditgesellschaft (KG) kündigte 2015 allen Mietern in einem Haus, das abgerissen werden sollte. Auf dem Grundstück plante das Unternehmen stattdessen einen Erweiterungsbauprojekt für das benachbarte Modehaus. Der Vermieter-KG gehörten beide Häuser, das abzureißende Haus hat sie allerdings erst 2015 gekauft. Aus dem abzureißenden Haus sollte unter anderem eine Familie ausziehen, die eine Sieben-Zimmer-Wohnung mit 190 Quadratmetern für 850 Euro pro Monat gemietet hatte. Die Familie wehrte sich gegen die Kündigung. Daraufhin klagte die Vermieter-KG auf Räumung und Herausgabe der Wohnung. Sie berief sich nicht auf Eigenbedarf, sondern auf eine andere Kündigungsmöglichkeit, die das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB) bietet: die sogenannte Verwertungskündigung. Ein Vermieter kann demnach seinem Mieter kündigen, wenn ihn die Fortsetzung des Mietverhältnisses an einer „angemessenen wirtschaftlichen Verwertung“ des Grundstückes hindert. Dazu müssen dem Vermieter laut Gesetz ohne die Kündigung „erhebliche Nachteile“ drohen.

Die Richter der Vorinstanzen hatten keine Zweifel, dass der Neubau des Hauses mit Vermietung an das Modehaus eine sinnvolle wirtschaftliche Verwertung des Grundstückes ist. Umstritten war aber, ob der Vermieter-KG ein „erheblicher Nachteil“ drohte, wenn sie auf dieses Geschäft hätte verzichten müssen.

DAS URTEIL

Der Bundesgerichtshof erklärte die Kündigung für unwirksam, denn im Kündigungsschreiben seien keine „erheblichen Nachteile“ aufgeführt worden (Az.: VIII ZR 243/16). Zudem könnten



Ein erzwungener Auszug
aufgrund einer Verwertungskündigung ist jetzt schwerer realisierbar.

auch nur solche Nachteile berücksichtigt werden, die dem Vermieter selbst entstünden. Die das Modehaus betreibende KG sei aber eine von der klagenden Kommanditistin als Vermieterin zu trennende Personengesellschaft.

DIE PRAXISFOLGEN

Mit dem ergangenen BGH-Urteil wurden laut Experten der ARAG Versicherung die gerichtlichen Vorinstanzen (das Amtsgericht St. Blasien und das Landgericht Waldshut-Tiengen) gerüffelt, die aus Sicht des höchsten deutschen Zivilgerichts die Umstände der Mietvertragskündigung nicht gründlich genug geprüft hatten. Das Landgericht muss den Fall nun erneut prüfen.

DER TIPP

Mit dem Urteil definierte der BGH einen Rahmen, wann „erhebliche Nachteile“ für eine Verwertungskündigung vorliegen können. Demnach kann ein Vermieter seinen Mietern nicht nur kündigen, wenn ihm ansonsten wirtschaftlich existenzielle Gefahr droht. Andererseits genügt es aber noch nicht, dass der Vermieter durch die Verwertungskündigung größtmögliche wirtschaftliche Vorteile erzielen möchte: „Vermieter haben keinen Anspruch auf Gewinnoptimierung“, so die Richter des Bundesgerichtshofs.

hm

ramon.kadel@handwerk-magazin.de



Weitere Urteile im Überblick. Die wichtigsten Gerichtsentscheidungen für das Handwerk: handwerk-magazin.de/urteil-des-monats

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

WORTWAHL ENTSCHEIDEND

„DUSSELKOPF“ ist keine Beleidigung

Im Arbeitsrecht spielt die Wortwahl bei einer Beleidigung eine entscheidende Rolle. Das geht aus einem Urteil des Arbeitsgerichts Köln hervor (Az.: 13 Ca 247/16). Konkret schickte der Freund einer nach fast 20 Jahren ordentlich gekündigten Mitarbeiterin ihrem Chef eine Kurznachricht, in der er den Vorgesetzten „Dusselkopf“ nannte. Wer die Nachricht absetzte, spielt dabei laut der Richter keine Rolle – eine Beleidigung sei das Wort „Dusselkopf“ aber nicht. Der Verfasser habe sich zwar im Ton vergriffen, eine besonders schwerwiegende, grobe Beleidigung sei darin jedoch nicht zu sehen.



rak

IMMOBILIENANZEIGEN

ENERGETISCHE DATEN sind Pflicht



Ab 50 Quadratmetern ist ein Energieausweis Pflicht.

Hauskäufer aufgepasst: Makler sind in Immobilienanzeigen verpflichtet, über energetische Daten zu informieren, wenn für die Immobilie ein Energieausweis vorliegt. Das geht aus gleich mehreren Urteilen des Bundesgerichtshofs (BGH) hervor (Az.: I ZR 229/16; I ZR 232/16; I ZR 4/17). Neben Nennung der Art des Energieausweises gehören auch Angaben zum wesentlichen Energieträger, zur Energieeffizienzklasse, zum Energieverbrauch und zum Baujahr des Gebäudes dazu. Eigentümer müssen den Ausweis erstellen lassen, wenn sie eine Immobilie verkaufen oder neu vermieten wollen. Ausnahmen sind laut Experten der ARAG Versicherung Wohnungen unter 50 Quadratmetern und denkmalgeschützte Gebäude.

rak

10 km/h

beträgt die maximale Schrittgeschwindigkeit. Wer schneller fährt, muss laut einem aktuellen Urteil des Oberlandesgerichts Naumburg mit Bußgeldern rechnen (Az.: 2 Ws 45/17).



Bei einem Sturz an einem Bahnübergang besteht kein Anspruch auf Schmerzensgeld.

FAHRRADUNFALL AUFGRUND VON SCHIENEN

Kein Schmerzensgeld für RADFAHRER

Der Frühling kommt und viele Deutsche holen wieder ihr Fahrrad aus dem Keller. Wer ein bisschen aus der Übung ist, sollte an einem Bahnübergang aber gut aufpassen: Wenn die Räder in die Schienenspur geraten, ist ein Sturz fast unvermeidlich. Anspruch auf Schadenersatz besteht in einem solchen Fall nicht, das geht aus einem Urteil des Oberlandesgerichts Hamm hervor (Az.: I-6 U 35/16). Im verhandelten Fall geriet eine Frau mit dem Vorderrad ihres Drahtesels auf einem ehemaligen Zechengelände in eine stillgelegte

Schienenfurche und stürzte. Sie verlangte daraufhin Schadenersatz und Schmerzensgeld. Ihr Argument: Die Verkehrssicherungspflicht sei verletzt worden. Die Richter sahen das allerdings anders: Ein Radler könne nicht davon ausgehen, dass ein Radweg stets eben, ohne Hindernisse und frei von Schäden sei. Ihre Fahrweise müssen Fahrradfahrer darauf einstellen. Das gelte insbesondere, wenn Schienen in die Straße eingelassen sind und die Gefahr besteht, mit den Rädern hineinzugeraten.

rak

BRIEFKASTENADRESSE GENÜGT für Vorsteuerabzug

Die Ausübung des Rechts auf Vorsteuerabzug ist nicht davon abhängig, dass auf der Rechnung diejenige Adresse des Rechnungsausstellers angegeben ist, unter der er seine wirtschaftliche Tätigkeit ausübt. Das entschied der Europäische Gerichtshof (EuGH) in einem aktuellen Urteil (Az.: C-374/16 und C-375/16). In zwei deutschen Vorlageverfahren hatten die Finanzämter zuvor jeweils den Vorsteuerabzug aus Rechnungen verweigert. Begründung: In den



Laut EuGH ist ein Privatbriefkasten für den Fiskus ausreichend.

Rechnungen sei zwar die Anschrift des Rechnungsausstellers angegeben, unter der er postalisch erreichbar ist, er übe dort aber nicht seine wirtschaftliche Tätigkeit aus. Tatsächlich ist nach § 14 Abs. 4 S. 1 Nr. 1 UStG auf Rechnungen die „vollständige Anschrift“ des leistenden Unternehmers anzugeben. Laut der Luxemburger Richter ist es aber dafür ausreichend, wenn sich aufgrund der in der Rechnung aufgenommenen Bezeichnungen der Name und die Anschrift sowohl des Leistenden als auch des Leistungsempfängers eindeutig feststellen lassen (§ 31 Abs. 2 UStDV). Das Urteil beendet somit laut Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) die Unsicherheit vieler Unternehmen: Leistende Unternehmer müssen ihre Rechnungen nicht umstellen, Leistungsempfänger müssen die Anschrift in der Rechnung nicht daraufhin überprüfen, ob der Leistungserbringer dort tatsächlich wirtschaftlich tätig geworden ist.

rak

SPÄTERES STUDIUM

Mitarbeiter dürfen BEFRISTUNG des Arbeitsverhältnisses fordern



Eine Job-Befristung ist für beide Seiten bindend.

Manchmal hat nicht der Arbeitgeber, sondern der Arbeitnehmer den Wunsch nach einer Befristung seines Jobs. Das ist zulässig. Allerdings ist der Mitarbeiter in einem solchen Fall auch an seine Entscheidung gebunden. Das geht aus einem Urteil des Arbeitsgerichts Freiburg hervor (Az.: 9 Ca 179/16). Geklagt hatte eine Frau, die aufgrund des Wunsches nach einem späteren Studium eine Befristung ihres Arbeitsverhältnisses vereinbart hatte und nach einiger Zeit ihre Meinung änderte. Der Arbeitgeber lehnte das ab – und bekam von den Richtern Recht: Die Befristung sei im Interesse der Mitarbeiterin vorgenommen worden und deshalb wirksam und zulässig. Die Arbeitnehmerin müsse sich daran halten.

rak

ERSCHWERNISZULAGEN nicht pfändbar

In der sogenannten Wohlverhaltensphase einer Privatinsolvenz wird ein Teil des Nettoeinkommens direkt an einen Treuhänder überwiesen. Auch Zuschläge für Samstags- und Schichtarbeit dürfen gepfändet werden. Gehaltszulagen für Sonntags-, Feiertags- und Nachtarbeit stehen dem Schuldner aber komplett zu. Darauf weisen Experten der ARAG Versicherung hin. In einem konkreten Fall hatte der Arbeitgeber einer Pflegerin ihre kompletten Zuschläge für die Arbeit an



Feiertagsarbeit von z. B. Pflegekräften ist geschützt.

den Treuhänder überwiesen. Die Frau klagte vor dem Bundesarbeitsgericht und bekam Recht: Wer an Tagen mit in der Verfassung grundsätzlichem Beschäftigungsverbot arbeiten muss, erhält Erschwerniszulagen, die nicht pfändbar sind. Hier wiege der Schuldnerschutz schwerer als das Interesse des Gläubigers. Das Arbeiten an Samstagen und im Schichtdienst hingegen stehe unter keinem besonderen Schutz und sei daher pfändbar (Az.: 1 AZR 859/16).

rak



STEUERN & RECHT-NEWSLETTER

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

»Das GEFÜHL muss stimmen.«

Vita Nils Grimm

Seit mehr als 18 Jahren führt Tischlermeister Nils Grimm in Hamburg seine „Werkstatt für feine Räume“. Spezialisiert hat sich der 47-Jährige dabei auf hochwertigen Innenausbau für Privatkunden. Geschäftspartnern möchte er dementsprechend partnerschaftlich, wertschätzend und auf Augenhöhe begegnen. Seine Kleidung unterstreicht die Vorgehensweise und sorgt für einen seriösen Erstkontakt.



Lesebrille Mit zunehmendem Alter werden die Augen schlechter. Um beim Kunden alles gut lesen zu können, setzt Nils Grimm auf eine hochwertige Lesebrille von Ray Ban.



Weißes Hemd Beim Hemd schwört der Hamburger auf Weiß oder Blautöne. Auch ein Karo- oder Webmuster kommen infrage. Die Auswahl ist stimmungsabhängig, das Gefühl muss stimmen.



Luxusuhr In Sachen Armbanduhr möchte der Tischlermeister in der „gleichen Liga“ wie seine Kunden spielen. Daher entschied sich der Chef von zwölf Mitarbeitern für eine Rolex Submariner.



Akten tasche Mit der richtigen Verpackung kommt auch der Inhalt besser zur Geltung: Seine Muster und Aufmaßgeräte transportiert Nils Grimm in einer Retro-Akten tasche aus hochwertigem Leder.



Handgeprägtes Notizbuch mit Kugelschreiber Der edle Montblanc-Kugelschreiber ist an der Seite eines ganz besonderen Notizbuchs befestigt: Das aus Wildleder handgefertigte Einzelstück ist innen mit Filz belegt und verfügt über eine schöne Patina. Außen ist der Name kunstvoll eingestanzt.



Lederschuhe Bei einem Kundentermin trägt Nils Grimm grundsätzlich hochwertige Lederschuhe oder schicke Turnschuhe. Wichtig ist, dass die Schuhe in Kombination mit der Kleidung einen legeren Schick ergeben.



Style-Anregungen von Kollegen

Alle Outfits unserer Serie „Styleguide: So gehe ich zum Kunden“ finden Sie auf unserer Themenseite:

www.handwerk-magazin.de/styleguide



AKTIONEN



DEUTSCHER NUTZFAHRZEUGPREIS 2018

Machen Sie mit als TESTFAHRER!

Sie sind Handwerksunternehmerin oder -unternehmer? Sie interessieren sich für Autos? Sie haben in Ihrem Fuhrpark Transporter? Dann sollten Sie sich als TestfahrerIn oder -fahrer für den „Deutschen Nutzfahrzeugpreis 2018“ bewerben. Die Testtage sind der 29. und 30. Juni 2018 in Bad Wörishofen. Teilnahmeschluss ist der 20. April. Bewerbungen unter:

handwerk-magazin.de/nutzfahrzeugpreis

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

WEITERE AKTIONEN

AUSBILDUNGS-ASS Ab April 2018 startet der Wettbewerb Ausbildungs-Ass in eine neue Runde. Gewürdigt wird das Engagement von Unternehmen und Initiativen, deren besonderes Augenmerk auf der Qualität und Quantität von Ausbildungsaktivitäten liegt. Es gibt insgesamt 15.000 Euro zu gewinnen. Veranstaltet wird das Ausbildungs-Ass von den Wirtschaftsjunioren Deutschland, den Junioren des Handwerks und der INTER Versicherungsgruppe. handwerk magazin ist Medienpartner. Die Bewerbungsfrist endet am 31. Juli 2018. Infos und Bewerbung: **www.ausbildungsass.de**

ERP IN DER PRAXIS Ab sofort ruft die Trovarit AG wieder ERP-Anwender auf, sich am größten anbieterunabhängigen Erfahrungsaustausch rund um den Einsatz von ERP/Business Software (ERP=Enterprise Resource Planning) zu beteiligen. Gesucht werden Antworten auf Fragen wie: „Wie gut erfüllt ein System die Erwartungen seiner Anwender?“, „Welche

Ursachen für Probleme und Ansatzpunkte zur Verbesserung der Anwenderzufriedenheit gibt es?“ oder „Welche Trends zeichnen sich für die kommenden Jahre ab?“ Bis Ende Juni 2018 können Sie sich an der Studie beteiligen, handwerk magazin wird über die Ergebnisse berichten. Den Online-Fragebogen und weitere Informationen zur Studie finden Sie unter: **www.trovarit.com/erp-praxis**

WHATSAPP Was geht mit WhatsApp-Business? Was müssen Betriebe beachten? Wo liegen die Chancen? Und wie geht es weiter mit dem Datenschutz? Diese Fragen beantwortet handwerk-magazin-Experte Michael Elbs in seinem Vortrag. Termin: 24. Mai 2018 um 18.30 Uhr in der Handwerkskammer Region Stuttgart.

MARKETINGPREIS SHK-HANDWERK Si, das Fachmagazin für SHK Unternehmer (Holzmann Medien) verlieh wieder renommierte SHK-Branchenpreise: Drei Handwerksbetriebe

Handwerksverbände

Save the date

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



Junioren in Lissabon

Mit dem „jungen Handwerk Trier“ können Sie Lissabon im Rahmen der diesjährigen Jahresreise erkunden. Termin ist der 31. Mai bis 3. Juni 2018. Weitere Infos und Anmeldung unter **www.junghandwerk-trier.de**.



Ländertreffen

Niedersachsen: Landesverbandstagung in Bad Lauterberg, 04./05.05.2018

Rheinland-Pfalz: Landesverbandstagung in Idar-Oberstein, 08.06.2018

Niedersachsen: Sommermeeting Landesverband Hannover, 17.08.2018

Niedersachsen: UFH-IKK Forum Soltau, 30.08. bis 02.09.2018

wurden mit dem Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk ausgezeichnet. Vier SHK-Industrieunternehmen freuen sich über den Gewinn des Best of SHK Award. Der Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk ging an Ulrich Bergmann (Mosbach in Baden-Württemberg), Hans Schwender (Thurnau in Franken) und Jörg Rahn (Pirmasens in Rheinland-Pfalz).

DIGITALISIERUNG IM HANDWERK handwerk magazin klärt in Zusammenarbeit mit der DATEV auf, wie weit das Handwerk bei der Digitalisierung der Buchhaltung ist. Für die repräsentative Umfrage wurden rund 500 Handwerksunternehmer befragt.

Wo? Auf der Fachmesse ifh-intherm in Nürnberg
Wann? Am 13. April 2018 von 14.30 bis 15.15 Uhr (Auswirkungen der Digitalisierung im Handwerk) und 15.15 bis 16.00 Uhr (Digitale Prozessintegration und ihre Auswirkungen auf die Wertschöpfung und den Markt der Zukunft)
www.ifh-intherm.de

JESUS, u.a. Bauhandwerker

Zwei Bibelstellen legen nahe, Jesus Christus sei auch ein Handwerker gewesen.

Ich möchte hier keinesfalls religiöse Gefühle verletzen, doch diese Folge, passend zu Ostern, dem wohl berühmtesten Handwerker der Geschichte widmen. Leider ist über die historische Figur des Jesus von Nazareth kaum etwas bekannt, die nichtchristlichen Quellen sind spärlich, teilweise unglaublich. Doch es gibt zwei Bibelstellen. Im Markus-Evangelium 6,3 heißt es: „Ist dieser nicht der Zimmermann, der Sohn der Maria und ein Bruder des Jakobus und Joses und Judas und Simon?“ Das im griechischen

Original benutzte Wort bezeichnet allerdings nicht direkt den Zimmermann, sondern galt eher als Begriff für Bauhandwerker. Im Matthäus-Evangelium 13,55 heißt es: „Ist das nicht der Sohn des Zimmermanns?“ Da es damals üblich war, dass Söhne das Gewerbe des Vaters lernen und übernehmen, könnte das auch für Jesus gegolten haben. Im Arabischen Kindheitsevangelium (Kap. 38 und 39), das nicht zur Bibel zählt, führt Josef dagegen eher Tischlerarbeiten aus.

olaf.deininger@handwerk-magazin.de



Jesus Christus lernte wahrscheinlich das Gewerbe von Josef, das war je nach Quelle Bauhandwerker oder Tischler.



Historische Persönlichkeiten

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

www.handwerk-magazin.de/historisch



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 Wärme-
schutz



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 5/2.5.2018

ist am 4. April 2018



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

Anmeldeschluss ist am 20. April 2018



Goldschmiedin Anna Römer mit dem Goldhunter im Einsatz.

UNVERZICHTBARER GOLDHUNTER

In unserer Rubrik „Mein Lieblingswerkzeug“ stellten wir im Märzheft den „Goldhunter“ vor.

„Der Goldhunter ist inzwischen bei uns oft im Einsatz. Ein Werkzeug, auf das wir nicht mehr verzichten.“

Goldschmied Grüngold, Tübingen, Auf Facebook

MINUSREKORD BEI GRÜNDUNGEN

handwerk magazin meldete, dass die KfW einen Rückgang bei den Gründungszahlen von 14 Prozent festgestellt hat – ein neuer Minusrekord.

MINDESTLOHN FÜR AZUBIS

In handwerk magazin 3/2018 interviewten wir Thomas Oppermann, den Vizepräsidenten des Deutschen Bundestages. Oppermann kündigte an, dass es bis 2020 einen Mindestlohn für Auszubildende geben wird.

„Viel interessanter finde ich, dass die Auszubildenden vom Ausbildungsgehalt Lohnsteuern zu entrichten haben, das Studium aber nichts kosten soll! Dann finanzieren die Auszubil-

„Ist kein Wunder! Es werden einem doch nur Steine in den Weg gelegt, anstatt dass unsere Regierung auch mal was für junge Unternehmer beziehungsweise Neugründer macht! Steuererleichterungen, Hilfe bei Behörden oder sonstige Verpflichtungen – Fehlzanzeige!“

Jan Kölz, Auf Facebook

SOCIAL-MEDIA-HIT GELANDET

In unserer Rubrik „Das Handwerk auf Facebook, Twitter & Co. berichteten wir über die Glaserei Sven Sterz aus Debstedt. Glasermeister Sterz lässt in dem Video eine Scheibe spektakulär zu Bruch gehen und lockt potenzielle Azubis mit diversen finanziellen Vergünstigungen. Damit landete er einen Social-Media-Hit.

„Das mit den Klickzahlen ist toll und bekommt Aufmerksamkeit. Doch muss man noch mehr tun und den Jugendlichen schon während ihrer Schulzeit das Handwerk schmackhaft machen. Die Jugend braucht endlich Persönlichkeitsentwicklung an Schulen!“

Sven-William Bormann, Auf Facebook

Antwort der Redaktion:

Stimmt! Wir finden allerdings auch, dass Herr Sterz seine Azubis klasse



Thomas Oppermann fordert eine Mindestausbildungvergütung.



fragte er. Die Antworten kamen prompt und fielen durchweg positiv aus. Über 40 Kommentare, zahlreiche Likes. Die Geschichte nahm richtig Fahrt auf.

unterstützt, sich für sie engagiert und die Ausbildung mit tollen finanziellen Anreizen ausgestattet hat.

GELASSEN BLEIBEN MIT QIGONG

Die Privatgeschichte im Märzheft schilderte, wie auch Handwerker mit Qigong zu entspannterem Arbeiten finden, was sich auch auf Kunden positiv auswirkt.

„Ich finde die Ausgabe 3 von handwerk magazin sehr gelungen. Besonders gut gefallen hat mir natürlich der Beitrag „Probier's mal mit Gelassenheit“. Danke für diese schöne Geschichte über meine Arbeit als Qigong-Lehrer.“

Marcus Matthes, Friseurmeister, Tebrur, Auf Facebook

denden das Studium anderer, die nach dem Studium auch noch die höheren Gehälter bekommen! Damit werden die Ausbildungen im dualen Ausbildungssystem deutlich schlechter gestellt!“

Olaf Kerssen, Auf Facebook

„Dann werden wir entweder den Azubi immer berechnen müssen oder es gibt keine Azubis mehr und der Kunde muss sehen, wie er seine Reparaturen hinbekommt.“

Leo Pekrul, Auf Facebook

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

Eine gute Idee hatte ganz offensichtlich Simon Forstner, Mitglied der Facebook-Gruppe von handwerk magazin. „Was haltet ihr davon, wenn wir unsere Unternehmensseiten auf Facebook alle gegenseitig liken?“,



LESERBRIEFE

Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefes 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

Facebook

Besuchen Sie handwerk magazin auf Facebook und diskutieren Sie mit oder sagen Sie uns Ihre Meinung zu ausgewählten Beiträgen.

facebook.com/handwerk.magazin

Twitter

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

twitter.com/handwerkmagazin

Udo Herrmann

Endlich alles im Lot

Das Profikonzert für mehr Freiraum und Erfolg im Handwerk



Endlich alles im Lot

Bestell-Nr. 1552.01 | Hardcover
17 x 24 cm | 216 Seiten

Subskriptionspreis: 29,90 €
(bis 31.05.18, danach 34,90 €)

... „Wieder ist es fast Feierabend und auf dem Schreibtisch sieht man keine freie Stelle mehr. Mit einem schlechten Gewissen geht's zum Abendessen. So vieles ist wieder liegengeblieben. Sicher fragen morgen mehrere Kunden, wo das Angebot bleibt, ganz zu schweigen von den Rechnungen, die schon längst bezahlt sein könnten – wenn sie denn schon verschickt wären! Trotz eines riesigen Arbeitspensums und regelmäßigen 60-Stunden-Wochen bleiben viele Dinge im Tagesgeschäft unerledigt.“ ...

Das Praxisbuch von Schreinermeister Udo Herrmann greift all jene Probleme und Herausforderungen auf, die im betrieblichen Alltag viel Zeit und Nerven kosten. In sieben Kapiteln sind alle Tätigkeitsbereiche eines Handwerksbetriebs abgebildet. Zu jedem Bereich, zu jeder Herausforderung oder Frage gibt es verschiedene **Leitfäden, Checklisten und Arbeitsanleitungen**. Von der Formulierung der eigenen Firmenziele, einer durchdachten Lager- und Werkstattorganisation bis hin zur langfristigen Bindung Ihrer Mitarbeiter erhalten Sie praxiserprobte Hilfsmittel, um Ihren Betrieb klar zu strukturieren und hervorragend zu organisieren. Vielleicht auch, um ein Stück der eingebüßten persönlichen Freiheit zurückzuerlangen.

Ihre Bestellung



+49 8247 354-300



+49 8247 354-190



buch@holzmann-medien.de

Ja, ich bestelle per Rechnung –

zzgl. 4,90 Euro Versandkosten (Deutschland – Auslandsversand auf Anfrage)

Expl. **Endlich alles im Lot**

Das Profikonzert für mehr Freiraum und Erfolg im Handwerk
Best.-Nr. 1552.01 | **Subskriptionspreis: 29,90 €**
(bis 31.05.2018, danach 34,90 €)

Firma

Name, Vorname

Funktion

Straße

PLZ, Ort

Telefon

Fax

E-Mail

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

x

Datum, Unterschrift

hm18

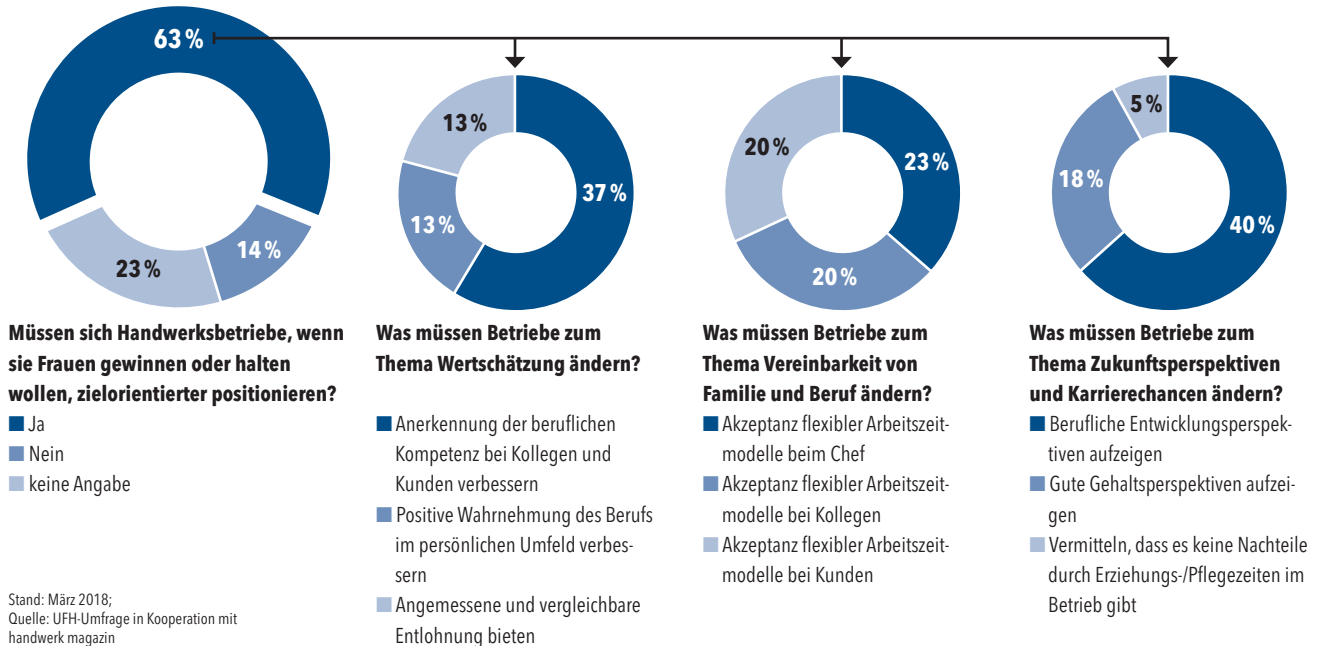


HOLZMANN. MEDIEN

Holzmann Medien GmbH & Co. KG | Buchverlag | Gewerbestr. 2 | 86825 Bad Wörishofen
Telefon +49 8247 354-300 | Telefax +49 8247 354-190 | buch@holzmann-medien.de | www.holzmann-medien-shop.de

Weibliche Fachkräfte mit Wertschätzung gewinnen und halten

Modernes Handwerk braucht Frauen: als Azubis, Gesellinnen und Meisterinnen. Allerdings müssen die Betriebe dafür ihre Ansprache ändern und Mitarbeiterinnen mehr Flexibilität und aktive Unterstützung bieten.



FRAUEN mehr bieten

Handwerksbetriebe, die um Frauen als Nachwuchs und Fachkräfte werben, stellen sich um: Anerkennung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie **bessere Karrierechancen** werden wichtige Themen.

Autorin **Cornelia Hefer**

Das Handwerk kommt an weiblichen Fachkräften nicht mehr vorbei: Betriebe, die Frauen als Auszubildende oder Fachkräfte gewinnen und halten wollen, müssen sich zielgerichtet aufstellen. Das meinen 63 Prozent der Teilnehmerinnen an der aktuellen Online-Umfrage des Bundesverbands der Unternehmerfrauen in Kooperation mit handwerk magazin im Februar und März.

Die Wertschätzung von weiblichen Bewerberinnen und Fachkräften im Be-

trieb muss sich ändern, so die befragten Unternehmerfrauen. Als wichtiges Thema sehen sie hier mit 37 Prozent, dass die Anerkennung der beruflichen Kompetenz der weiblichen Fachkräfte bei Kollegen und beim Kunden steigt.

MEHR FLEXIBILITÄT BIETEN

Auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf identifizieren die Unternehmerfrauen als künftige Herausforderung. Hier ist für 23 Prozent der Befragten ins-

besondere der Unternehmer des Handwerksbetriebs gefragt, flexible Arbeitszeitmodelle für seine Mitarbeiterinnen zu akzeptieren.

Beim Thema bessere Karrierechancen im Handwerk sehen die befragten Unternehmerfrauen Nachholbedarf: 40 Prozent meinen, dass Betriebe den weiblichen Fachkräften deutlicher die beruflichen Entwicklungsperspektiven aufzeigen müssen.

cornelia.hefer@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; Online: Ramón Kadel (rak) (-20), ramon.kadel@handwerk-magazin.de

REDAKTION: Cornelia Hefer (coh) (-15), cornelia.hefer@handwerk-magazin.de; Kerstin Meier (me) (-13), kerstin.meier@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

VOLHAFTER: Holzmann Verlag GmbH, Handelsregister Amtsgericht Memmingen HRB5009

ANZEIGENLEITUNG: Eva M. Hammer (verantwortlich), Holzmann Medien GmbH & Co. KG, Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Telefon: 08247/354-177, Fax: 08247/354-4177, eva-maria.hammer@holzmann-medien.de

KEY ACCOUNT MANAGERIN: Sandra Ricanek, Telefon: 08247/354-202, Fax: 08247/354-4202, sandra.ricanek@holzmann-medien.de

ANZEIGENDISPOSITION: Karin Baumhauer, Telefon: 08247/354-194, Fax: 08247/354-4194, karin.baumhauer@holzmann-medien.de

zz. gilt Anzeigenpreisliste Nr. 29 vom 1. Januar 2018

VERTRIEBSLEITER: Dieter Kämpfle, Telefon: 08247/354-296, Fax: 08247/354-4296, dieter.kaempfle@holzmann-medien.de

VERTRIEB: DPV 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 Unternehmerfrauen im Handwerk angeschlossenen Vereine gilt ein ermäßigter Jahresbezugspreis. Soweit die Vereine für ihre Mitglieder handwerk magazin beziehen, ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten. Für 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 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.



SOFTWARE im Test

CRM-SYSTEME Wünsche erkennen, bevor der Kunde sie ausspricht? Mit einer CRM-Software können Sie nicht nur Daten und Aufträge verwalten, sondern Ihren Kunden passgenaue Angebote unterbreiten. Was die angebotenen Programme in der Praxis taugen.



2017 ABSCHLIESSEN

STEUERERKLÄRUNG Im Mai machen viele Handwerksunternehmer traditionell ihren Jahresabschluss. Dieses Mal gibt es aufgrund zahlreicher Neuerungen und Urteile einiges zusätzlich zu berücksichtigen. Das sollten Sie privat, für den Betrieb und Ihre Mitarbeiter beachten.



Der Nissan-Transporter
bietet Detlef Klinz nicht genug
Platz für seine Baustoffe.

»ZU KLEIN für den Bau«

Nissan NV 300.

Maurermeister Detlef Klinz attestiert dem Transporter ein angenehmes Fahrgefühl, aber zu wenig Zweckmäßigkeit.

Kaum erreicht Detlef Klinz mit dem Nissan NV 300 die Baustelle, klebt überall schmutzig-braune Erde: an seinen Schuhen, im Fußraum, unter den Reifen. „Das ist der Nachteil für meine Firmenautos“, sagt der Maurermeister, der sich mit seinem Unternehmen Klinz Bau GmbH in Euskirchen auf den Bau schlüsselfertiger Häuser spezialisiert hat. „Sie müssen viel Schmutz vertragen.“

Gemütlich fährt er durch kleine Dörfer und über Landstraßen der Voreifel, vorbei an Bauernhöfen, Kirchen und kleinen Wäldern. Die kurvigen Straßen zwischen den unterschiedlichen Baustellen meistert der Nissan problemlos – trotzdem attestiert Klinz dem Wagen Schwachstellen: „Ich fahre lieber mit Automatikgetriebe, an die Schaltung muss ich mich erstmal wieder gewöhnen“, sagt er.

Zu seinem Fuhrpark zählt neben einem Lkw auch ein Smart für Mitarbeiter, die kein Werkzeug und Material transportieren müssen. Privat ist Klinz gern groß und schnell mit einem VW Amarok und einem Porsche unterwegs, einen Nissan hat er noch nicht ausprobiert.

Sie sitzen das erste Mal in einem Nissan. Wie ist Ihr erster Eindruck?
Der Sitz ist schön groß und bequem. Preislich liegt der Nissan auch in meinem Budget, meine Betriebswagen liegen meist zwischen 25.000 und 30.000 Euro.

Wie gefällt Ihnen die Ausstattung?
Ich vermisse es, am Lenkrad zu schalten. Das wäre in der Handhabung viel einfacher als der ständige Griff zum Knüppel. Was mir gut gefällt: Das Auto hat eine Bluetooth-Freisprechanlage. Ich muss gut erreichbar sein für meine Mitarbeiter und Kunden. Was fehlt ist ein Navi, das brauche ich auf jeden Fall.

Würden Sie sich den Nissan kaufen?
Nein, für meinen Beruf als Maurer wäre er nicht zweckmäßig. Er lässt sich zwar angenehm fahren, fast wie ein Pkw, ist aber nicht groß genug. Hier vorne haben gerade mal drei Mann Platz, und hinten ist der Laderaum geschlossen. Nur bei einem offenen Laderaum könnte ich genug Baumaterial transportieren. **Jasmin Krux**
reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de

Das Unternehmen

Name: Klinz Bau GmbH
Geschäftsgebiet: Euskirchen und Umgebung
Gründung: 1998
Mitarbeiter: 6

Der Testwagen

Modell: Nissan NV 300 Kastenwagen Comfort
Laderaumvolumen: 5.200 Liter
Leistung: 89 kW/120 PS
Kraftstoffverbrauch: 6,5 Liter Diesel/100 km
CO₂-Emission: 170 g/km
Grundpreis: 27.350 Euro (inkl. MwSt.)



Gesammelte Autotests. Alle Tests auf einen Blick:
handwerk-magazin.de/ausfahrt



Die Angriffe sind digital, die Bedrohung real:
Jetzt **sichern und versichern.**

Cyber-Kriminelle können von der ganzen Welt aus in Ihr Unternehmenssystem eindringen. Mit unserem digitalen Schutzschild aus Cyber Security Club und CyberPolice beugen Sie Cyber-Attacken vor und sichern Ihr Unternehmen gegen digitale Risiken ab. So haben Sie eine optimale Verbindung aus Prävention und Versicherungsschutz – und das rund um die Uhr.

Mehr unter www.digitaler-schutzschild.de

SIGNAL IDUNA 
gut zu wissen



Fortschritt ist einfach.



sparkasse.de

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

Deutsche Leasing 

Die Landesbanken

Wenn's um Geld geht

