



Kunden ködern

Gute Geschichten – mit ihnen können Sie besser verkaufen. Wie man sie erzählt, weiß Sandra Weiglein. **Seite 6**

Wir sind der Versicherungspartner fürs Handwerk.

Infos unter www.signal-iduna.de

SIGNAL IDUNA
gut zu wissen

WEITERE THEMEN



So handeln Sie richtig

Wie Sie mit einer Insolvenz den Betrieb retten können. **Seite 3**

Strategie für Instagram

Mit wenig Zeit erfolgreich? Jesse Wiebe hat dafür ein Konzept. **Seite 5**

Schnelle Hilfe

Stefan Hering entwickelt mit 3D-Scan innovatives Verfahren. **Seite 15**

INFOKANÄLE

App „Handwerk“
Die Welt des Handwerks bewegt sich natürlich auch nach dem Redaktionsschluss weiter. Mit unserer App bleiben Sie auf dem Laufenden. Kostenlos zu haben ist sie im App Store oder bei Google Play.



Wir sind auch online unter www.hwk-aurich.de und auf Facebook, Twitter und Instagram für Sie da.

Hier könnte Ihr Name stehen.

Abonnieren Sie das „Norddeutsche Handwerk“.

Sie erreichen uns unter
Telefon: 0511 85 50-24 22
Telefax: 0511 85 50-24 05

E-Mail:
vertrieb@schluetersche.de

Internet:
www.norddeutsches-handwerk.de

Fotos: Gajus - stock.adobe.com | Privat

Foto: Demy Gille



Krisenfest durch kluge Investitionen

Während der Pandemie ist Erfolg auch im Zweiradmarkt kein Selbstläufer. Zweirad Calmer zeigt, wie es geht.

Das Geschäft mit Zweirädern boomt. Die Kehrseite dieses Trends sind in Pandemiezeiten Lieferengpässe bei Neurädern und Ersatzteilen. Zugleich macht der monatelange Lockdown auch vor den Zweiradmechanikern nicht halt. Ralf Calmer und Lebensgefährtin Jennifer Schmidt aber steuern das Unternehmen Zweirad Calmer sicher durch die Krisenzeiten. Basis für ein erfolgreiches Jahr 2021 waren mutige Investitionen schon im Sommer letzten Jahres: Das Unternehmen hat seine Lagerfläche vergrößert und frühzeitig dafür gesorgt, dass die Lager zum nächsten Saisonstart voll sind. Auf den Lockdown reagiert der Betrieb mit einem Click-and-Collect-Service, bei dem Kunden ihr Wunschrad im Netz aussuchen und vor Ort abholen. Und auch für weitere Zukunftstrends ist das Unternehmen unter anderem dank hohem Digitalisierungsgrad optimal gerüstet. (DEG)

Lesen Sie die ganze Geschichte auf Seite 16.

Handwerk digital neu denken

Viele Betriebe haben laut einer Studie wegen Corona kurzfristig ihre Geschäftsmodelle und ihre Services verändert. Simon Mühlbach berät seine Kunden jetzt digital, er hat aber noch mehr vor.

Mehr Videotelefonie, weniger persönliche Treffen: Bei der Kundenberatung setzt Steinmetz- und Steinbildhauermeister Simon Mühlbach verstärkt auf digitale Kanäle. „Pläne und Entwürfe kann ich meinen Kunden auch über Zoom erläutern“, sagt der Unternehmer aus Hohenhameln. Er ist nicht der einzige, der wegen der Corona-Pandemie etwas verändert hat. Laut Digitalisierungsindex Handwerk 2020/2021 der Deutschen Telekom haben 49 Prozent der Betriebe ihr Geschäftsmodell, Produkte oder Services kurzfristig angepasst.

„Im vergangenen Jahr hat sich im Handwerk unheimlich viel getan“, bestätigt Ulrich Goedecke vom Kompetenzzentrum Digitales Handwerk (KDH). Zum Beispiel bei der Kommunikation: Wegen der Ladenschließungen böten manche nun virtuelle Rundgänge durch den Betrieb an, um Kunden Produkte zu zeigen. Andere hätten ihre Online-Aktivitäten massiv ausgeweitet.

Probleme und Herausforderungen wie die Corona-Pandemie, der Fachkräftemangel oder die hohe Dokumentationslast sind laut Goedecke ein

Grund, warum Betriebe Änderungen am Geschäftsmodell vornehmen und digitalisieren. Maßnahmen ließen sich zum Teil relativ kurzfristig umsetzen – etwa die Einrichtung eines Online-Shops oder eines Terminplanungs-Tools auf der Website.

Absatzmarkt muss nicht nur regional sein

Ideen für neue Produkte und Dienstleistungen sind im Handwerk ein weiterer Treiber für Veränderungen am Geschäftsmodell. „Durch Digitalisierung können Betriebe heute Geschäftsideen umsetzen, die früher wegen fehlender Absatzmärkte nicht umsetzbar gewesen wären“, sagt Goedecke. So müssten sie heute nicht mehr nur den regionalen Markt mit Produkten bedienen, die Kunden dort nachfragen. Mithilfe von Online-Shops, Konfiguratoren und Logistik könnten sie Produkte wie Gourmet-Fleisch, smarte Möbel oder maßgefertigte Fahrräder auch überregional und sogar international vertreiben.

„Durch solche Spezialisierungen heben sich Betriebe vom Wettbewerb ab, erreichen eine andere Zielgruppe und können so auch andere Preise verlangen“, sagt Goedecke. Doch der Weg vom traditionell



Durch Digitalisierung habe ich ganz andere Möglichkeiten, ich kann weltweit Produkte anbieten.

Simon Mühlbach,
Steinmetz- und
Steinbildhauermeister

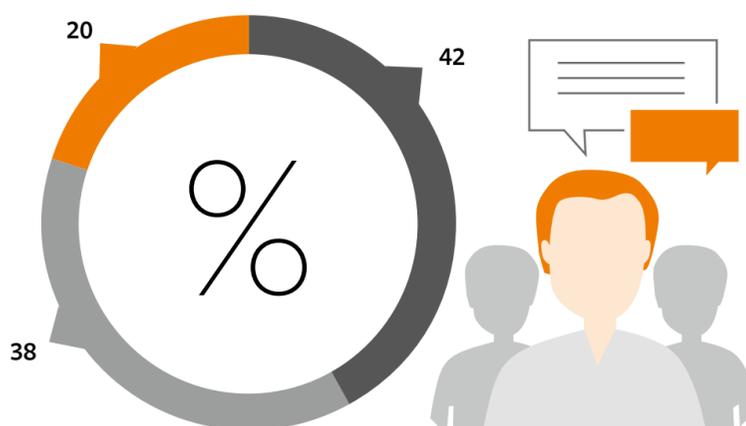
aufgestellten Handwerksbetrieb hin zu einem digital gestützten Geschäftsmodell geht nicht von heute auf morgen. „Je stärker die Kernprozesse im Betrieb verändert werden müssen, desto länger dauert es“, so der Experte vom KDH, der auch bei der Handwerkskammer Dresden arbeitet. Seiner Einschätzung nach ist die Digitalisierung von Geschäftsmodellen grundsätzlich für alle Betriebe interessant. Doch es sei durchaus in Ordnung, wenn sich ein Handwerker dagegen entscheidet: „Das ist immer eine unternehmerische Entscheidung.“

Meister Simon Mühlbach fertigt aktuell vor allem Badezimmer und Grabsteine aus Naturstein. Doch er will sein Geschäftsmodell konsequent digitalisieren. Zum Beispiel will er künftig seine bildhauerischen Arbeiten auch als Reproduktionen aus dem 3D-Drucker anbieten. „Ich digitalisiere daher meine Arbeiten und bearbeite sie per Tablet nach“, berichtet der 33-Jährige. Zudem will er die so gewonnenen Dateien im B2B-Bereich anbieten. So könnten seine Entwürfe bald auch in anderen Ländern gedruckt werden. „Durch Digitalisierung habe ich andere Möglichkeiten“, sagt der Meister. ANNA-MAJA LEUPOLD ■

UMFRAGE

Corona: Wie läuft es auf der Baustelle?

Nicht jeder nimmt es mit den Corona-Pflichten auf der Baustelle genau. So sind die Erfahrungen unserer Leser auf handwerk.com.



■ Kein Problem, es läuft! (20 %)
■ Man muss Kollegen daran erinnern. (42 %)
■ Schlecht. (38 %)

handwerk.com

Digitale Krankschreibung wird ab Herbst eingeführt

Im Herbst beginnt die Umstellung. Auch auf Betriebe kommen Änderungen zu – aber später als geplant.

Die Abschaffung des gelben Scheins ist beschlossene Sache. Doch die Einführung der sogenannten elektronischen Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung (eAU) wird sich noch ein wenig länger hinziehen – bis Mitte 2022. Erst müssen Ärzte und Krankenkassen so weit sein.

Schritt 1: Die Ärzte

Vom 1. Oktober 2021 an sind Ärzte laut Spitzenverband der Gesetzlichen Krankenkassen (GKV) dazu verpflichtet, die Arbeitsunfähigkeit elektronisch an die Krankenkassen zu übermitteln. Gemäß dem Terminservice- und Versorgungsgesetz (TSVG) sollte das elektronische Verfahren für Ärzte eigentlich zum 1. Januar 2021 Pflicht werden. Doch wie der GKV-Spitzenverband mitteilt, sei die Frist nun verschoben worden. Diese Fristverschiebung zieht weitere Verzögerungen nach sich.

Schritt 2: Die Kassen

Laut GKV-Spitzenverband sollten die Krankenkassen eigentlich schon ab 1. Januar 2022 dazu verpflichtet werden, die Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen elektronisch an die Arbeitgeber zu übermitteln. So sieht es das 2019 beschlossene Bürokratielastentlastungsgesetz (BEG III) vor. Wegen der Fristverschiebung bei den Ärzten sei die Übermittlungsfrist für die Kassen an die Arbeitgeber auf den 30. Juni 2022 verschoben worden, so der GKV-Spitzenverband. Erst dann geht es für Arbeitgeber und Arbeitnehmer los.

Was die Einführung der eAU für Arbeitgeber konkret bedeutet, steht noch nicht fest. Das elektronische Verfahren, mit dem Krankschreibungen an die Arbeitgeber übermittelt werden, müsse noch vom Bundesministerium genehmigt werden. (AML)

Wer zahlt bei einem Impfschaden nach der Corona-Impfung?



Foto: Andreas Prott - stock.adobe.com

- 1 Auslöser muss eine Schutzimpfung sein.
 - 2 Die Schutzimpfung muss zu einer gesundheitlichen Schädigung führen.
 - 3 Die gesundheitliche Schädigung muss zu einem dauerhaften gesundheitlichen Folgeschaden führen.
- „Das sind die drei Voraussetzungen, die ein Sozialgericht im Streitfall prüfen würde“, berichtet Ingrid Claas. Daher sei es sehr wichtig, dass Betroffene sofort zum Arzt gehen, falls sie Impffolgen bemerken, die länger anhalten als die zu erwartenden kurzfristigen Nebenwirkungen und deutlich über diese hinausgehen. „Es ist immer ein Problem, wenn die Geschädigten nicht oder zu spät zum Arzt gehen. Dann lässt sich kaum noch nachweisen, dass die Impfung der Auslöser war.“ Zudem rät sie Betroffenen, alle Veränderungen und Probleme nach der Impfung immer sofort zu notieren. „Das ersetzt nicht den Arztbesuch, kann aber später bei der Beweisführung hilfreich sein.“

Impfschäden sind selten – können aber gravierend sein. Umso wichtiger ist für Betriebsinhaber im Handwerk, wie sie in einem solchen Fall abgesichert sind, zum Beispiel bei einer Corona-Schutzimpfung.

Ingrid Claas ist keine Impfgegnerin – im Gegenteil, die Fachanwältin für Arbeits- und Sozialrecht aus Wiesbaden will die Menschen zur Corona-Schutzimpfung ermutigen. „Ich will nicht Angst schüren, sondern Ängste nehmen“, betont Claas. Dazu gehört für die Juristin auch die Aufklärung über mögliche Impfschäden und wie Betroffene in solchen „sehr seltenen Fällen“ abgesichert sind. Die gute Nachricht: Es gibt Entschädigung. Die schlechte Nachricht: Es kann dauern, wenn nicht eine Soforthilfe greift.

Als Impfschaden definiert Paragraph 2 Nr. 11 Infektionsschutzgesetz (IfSG) „die gesundheitliche und wirtschaftliche Folge einer über das übliche Ausmaß einer Impfreaktion hinausgehenden gesundheitlichen Schädigung durch die Schutzimpfung“. Anders ausgedrückt: „Gemeint ist, dass Sie dauerhaft schwer erkranken und vielleicht auch nicht mehr arbeiten können“, sagt Claas. Die Wahrscheinlichkeit eines solchen Impfschadens ist überschaubar. So finden sich im Nationalen Impfplan 2012 Zahlen für die Jahre 2005 bis 2009: Demnach wurden in diesem Zeitraum pro Jahr durchschnittlich

207 Anträge auf Anerkennung von Impfschäden gestellt und 34 Anträge anerkannt. Zum Vergleich: Im gleichen Zeitraum wurden laut Impfplan alleine von Kassenärzten 45 Millionen Impfdosen verimpft.

Bin ich bei einem Impfschaden abgesichert?

„Für Impfschäden durch eine öffentlich empfohlene Schutzimpfung gelten die Regelungen des sozialen Entschädigungsrechts und das Bundesversorgungsgesetz“, berichtet Claas. Das sei in Paragraph 60 IfSG geregelt. „Bei Arbeitsunfähigkeit sieht das Gesetz die Zahlung von Versorgungskrankengeld vor, kostenfreie medizinische Behandlungen und Kuren.“ Bei einem erheblichen Dauerschaden bestehe auch Anspruch auf eine Rente, berichtet Claas.

Und wer zahlt, wenn ein Chef langfristig ausfällt? Hier müsse unterschieden werden, was genau passiert ist, betont Claas. Hat der Arzt einen Fehler gemacht, greife seine Arzthaftpflichtversicherung. Liegt es am Medikament, gebe es eine EU-Regelung für Patientenansprüche. Das betreffe Berufsunfähigkeit, Hilfe

im Haushalt, Schadensersatz und Schmerzensgeld als Herstellerhaftung. Für Notzulassungen, die bei der Corona-Schutzimpfung gerade nicht vorgesehen sind, hafte der Staat. Wie genau, sei noch offen.

Grundsätzlich rät die Juristin Chefs dazu, sich selbst und den Betrieb durch entsprechende Versicherungspolice für den Fall einer schweren Erkrankung abzusichern. „Das ist immer sinnvoll, nicht nur für den eher unwahrscheinlichen Fall eines Impfschadens, sondern zum eigenen Schutz und zur Absicherung der Familie“, betont Claas. Dazu gehöre es, die Versicherungsbedingungen bestehender Versicherungen zu überprüfen, ob die Folgen des Impfschadens gedeckt sind. Falls nicht, sollte eine schriftliche Deckungsbescheinigung von der Versicherungsgesellschaft eingeholt werden, rät Claas. Das gelte für alle Versicherungen.

Wann wird ein Impfschaden anerkannt?

Nach aktueller Rechtsprechung müssen für die Anerkennung eines Impfschadens drei Voraussetzungen erfüllt sein:

”

Für Impfschäden gelten die Regelungen des sozialen Entschädigungsrechts und das Bundesversorgungsgesetz.

Ingrid Claas,
Fachanwältin

Wer entscheidet, ob es ein Impfschaden ist?

Die Anerkennung eines Impfschadens müssen Betroffene bei der in ihrem Bundesland zuständigen Landesbehörde beantragen. Das Amt prüfe den Fall, werte Arztberichte aus, erstelle vielleicht auch selbst ein Gutachten und gebe schließlich eine Stellungnahme ab, berichtet Claas. Lehnt das Amt eine Entschädigung ab, könne der Betroffene Widerspruch einlegen und notfalls vor dem Sozialgericht klagen.

Und wie lange dauert es, bis ich Geld bekomme? „Im Sozialrecht dauert immer alles unendlich lange“, berichtet die Juristin. „Beim Krankengeld wird es wohl schneller gehen. Wann ein Dauerschaden und ein Rentenanspruch vorliegen, kann im Moment noch niemand beantworten.“ Dazu fehlten bisher Erfahrungen mit Corona-Schutzimpfungen.

Darf ich von meinen Mitarbeitern verlangen, dass sie sich impfen lassen?

Arbeitgeber im Handwerk können von ihren Mitarbeitern nicht verlangen, dass sie sich gegen Corona impfen lassen. „Die Impfung ist freiwillig, das ist eine politische Entscheidung“, betont die Anwältin.

Ebenso wenig dürften Arbeitgeber einen Impfnachweis von Mitarbeitern verlangen.

Anders sehe das bei Kunden aus: Jeder Mensch kann individuell entscheiden, ob er sich mit Menschen umgeben will, die nicht geimpft sind und damit ein erhöhtes Ansteckungsrisiko bieten. Das gilt auch für Handwerker und Kunden. **JÖRG WIEBKING**

Dauerfristverlängerung beantragen!

Unternehmen können sich auch für das Jahr 2021 von der Umsatzsteuer-Sondervorauszahlung befreien lassen. Die Frist: 31. März!

Die Finanzverwaltungen des Bundes und der Länder haben sich darauf geeinigt, die Corona-bedingten steuerlichen Erleichterungen des Jahres 2020 im Jahr 2021 fortzusetzen. Wie nun das Finanzministerium des Landes Brandenburg mitteilt, gilt das auch für die Umsatzsteuer-Sondervorauszahlung.

Demnach ist die Gewährung einer Umsatzsteuer-Dauerfristverlängerung in 2021 ohne diese Vorauszahlung möglich. Die Dauerfristverlängerung erlaubt es Betrieben, die Umsatzsteuer-Voranmeldungen monatlich abgeben, diese einen Monat später einzureichen.

Der Zentralverband des Deutschen Handwerks weist darauf hin, dass Unternehmen die Befreiung beantragen können, wenn sie von den Eindämmungsmaßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie wirtschaftlich unmittelbar und nicht unerheblich negativ betroffen sind.

Die Finanzämter seien gehalten, entsprechend begründete Anträge positiv zu bescheiden. Dabei



Foto: Carlos Banyuls - stock.adobe.com

Das Finanzamt verzichtet weiter auf die Umsatzsteuer-Sondervorauszahlung.

sollten sie grundsätzlich auf sonst übliche Nachweispflichten verzichten.

Die Regelung trete ab sofort in Kraft und gelte für Unternehmen mit Dauerfristverlängerung bei einer Antragstellung bis zum 31. März 2021. Bereits gezahlte Beträge würden die Finanzämter in voller Höhe erstatten. (JW)

Vollstreckungsschutz auch für Altschulden

Der Vollstreckungsschutz gilt einem Finanzgericht zufolge auch für Steuerrückstände vor der Corona-Pandemie – aber nicht für alle Steuerarten.

Der Fall: Ein Unternehmer war mit Einkommen- und Gewerbesteuer mehrere Jahre im Rückstand. Er bat das Finanzamt wegen der Corona-Pandemie um Vollstreckungsschutz. Er berief sich auf ein Schreiben des Bundesfinanzministeriums (BMF) vom 19. März 2020, demzufolge Finanzämter Corona-bedingt Vollstreckungsschutz bis Ende 2020 gewähren sollten. Nach Ansicht des Finanzamtes gilt das jedoch nicht für frühere Rückstände.

Das Urteil: Das Finanzgericht Berlin-Brandenburg entschied, dass der Vollstreckungsschutz auch für Steuerrückstände aus der Zeit vor der Pandemie gilt. Das Finanzamt habe zwar einen Ermessensspielraum. Der Regelfall solle jedoch der Verzicht auf Vollstreckungsmaßnahmen sein, falls

diese nicht schon vor der Pandemie eingeleitet wurden.

Der Schutz gelte gemäß BMF-Schreiben jedoch nur für Steuern, die teilweise oder ganz dem Bund zufließen. Dazu zählen Einkommensteuer, Solidaritätszuschlag und Umsatzsteuer. Die Gewerbesteuer sei hingegen Ländersache.

Der Unternehmer verlor dennoch: Er hatte es versäumt, seine Vermögensverhältnisse lückenlos offenzulegen. Der Vollstreckungsschutz gilt laut Gericht nur für zahlungsunfähige Steuerpflichtige, nicht aber für möglicherweise zahlungsfähige Steuerschuldner. (Beschluss vom 20. November 2020, Az. 10 V 10146/20). Endgültig muss den Fall nun der Bundesfinanzhof entscheiden (Az. VII B 178/20 (AdV)). (JW)



Foto: Andrey Popov - stock.adobe.com

Der Vollstreckungsschutz unter Corona wurde verlängert – und gilt nicht für die Gewerbesteuer.

Tipp: Das BMF hat mittlerweile den Vollstreckungsschutz wegen der anhaltenden Corona-Krise bis zum 30. Juni 2021 verlängert, bei Ratenzahlung sogar bis zum 31. Dezember 2021.

ELSTER: Belege digital nachreichen!

Ein kleiner digitaler Fortschritt: Belege zu Steuererklärungen können Sie per ELSTER nun in allen Bundesländern digital nachreichen.

Nach Aufforderung zur Nachreichung durch das Finanzamt ist die Übermittlung von Anhängen nun mit einem gesonderten Formular möglich: der „Belegnachreichung zur Steuererklärung“. Das gilt für die folgenden Steuererklärungen:

- Einkommensteuererklärung
- Umsatzsteuerjahreserklärung
- Einnahmenüberschussrechnung
- Gewerbesteuererklärung
- Körperschaftsteuererklärung
- E-Bilanz
- Erklärung zur gesonderten Feststellung der Einkünfte
- Erklärung zur gesonderten und einheitlichen Feststellung der Einkünfte.



Foto: thodonald - stock.adobe.com

Wenn das Finanzamt Belege anfordert, können Sie diese digital bei „Mein Elster“ für alle Veranlagungsjahre ab 2016 abgeben.

Wie der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZdH) mitteilt, können die Belege ausschließlich im PDF-Format übermittelt werden. Zunächst sei die Übermittlung von bis zu 20 Anhängen mit jeweils bis zu 100 Seiten möglich. Es könnten auch Belege für vergangene Veranlagungszeiträume übermittelt werden, beginnend mit dem Veranlagungsjahr 2016. (JW)

Schutz absetzen?

Masken für Mitarbeiter sind Betriebsausgaben. Das gilt sogar für den Privatgebrauch, wenn Sie es richtig machen.

Wer seinen Mitarbeitern medizinische Schutzmasken für den Arbeitseinsatz zur Verfügung stellt, kann diese Kosten als Betriebsausgaben absetzen. Das gilt auch, wenn Mitarbeiter diese Masken gelegentlich privat nutzen. Der Grund: Die Anschaffung der Masken erfolgt wegen der Corona-Pandemie im betrieblichen Interesse, um die Mitarbeiter zu schützen, den Betrieb aufrechtzuerhalten und derzeit auch, um aktuelle Arbeitsschutzregeln und Corona-Verordnungen zu erfüllen.

Tipp: Informieren Sie Ihre Mitarbeiter schriftlich über die Maskenpflicht – in welchen Situationen die Masken zu tragen sind. Zum Beispiel bei Kundenterminen, auf Baustellen, bei gemein-



Foto: narstudio - stock.adobe.com

Wenn Sie Mitarbeitern Corona-Masken für den Privatgebrauch schenken, sollten Sie die 44-Euro-Freigrenze beachten.

samen Fahrten im Firmenwagen und bei allen anderen Gelegenheiten, in denen die Corona-Abstandsregeln

nicht einzuhalten sind. Dokumentieren Sie diese Arbeitsanweisung in Ihren Steuerunterlagen.

Als Betriebsausgaben gelten Masken auch dann, wenn Sie diese Ihren Mitarbeitern ausdrücklich zur privaten Nutzung schenken, zum Beispiel als steuerfreies Gehaltsextra. Entscheidend für die Lohnsteuerfreiheit ist dabei, dass Sie bei den Gesamtzugewendungen pro Mitarbeiter die Freigrenze von 44 Euro im Monat nicht überschreiten. Erhalten Mitarbeiter zum Beispiel bereits Tankgutscheine im Wert von 44 Euro, dann würden Sie mit den geschenkten Masken über die Steuerfreigrenze kommen – es würde für beides Lohnsteuer fällig. (JW)



Insolvenz? So gehen Sie vor

Fotos: Gajus - stock.adobe.com | Privat

Wer in wirtschaftliche Schwierigkeiten gerät, sollte lieber frühzeitig die Option einer Insolvenz prüfen. Dann besteht eine Chance auf Rettung des Betriebs.

Wochenlanger Lockdown und Betriebsschließungen – in der Corona-Krise ist die Insolvenz auch für einige Handwerksbetriebe ein Thema, mit dem sie sich beschäftigen müssen. „Viele Unternehmer haben Angst vor dem ‚I-Wort‘“, sagt Rechtsanwalt Jörg Sievers aus Greifswald. Das sei der Grund, weshalb viele eine Insolvenz nicht wahrhaben wollen, sie herauszögern und sich privat weiter stark verschulden.

Reale Einschätzung: Ist mein Betrieb insolvent?

Der Rechtsanwalt und Insolvenzverwalter rät, rasch zu überprüfen, ob eine Insolvenz nötig ist. „Wer nicht handelt, läuft Gefahr, auch wegen des Strafbestands der Insolvenzverschleppung oder anderer Vergehen zur Rechenschaft gezogen zu werden“, betont Jörg Sievers, der auch Mitglied des Geschäftsführenden Ausschusses der Arbeitsgemeinschaft Insolvenzrecht und Sanierung im Deutschen Anwaltverein (DAV) ist. Diese zwei Insolvenzgründe nennt er:

Überschuldung: Eine Insolvenz wegen Überschuldung könne alle juristischen Personen, also Betriebe mit den Rechtsformen wie zum Beispiel GmbH, UG und AG, treffen. Für diese Unternehmensformen gelte auch die Insolvenzantragspflicht, die – allerdings nur für pandemiebedingte Ursachen – bis Ende April 2021 von der Bundesregierung ausgesetzt wurde.

Zahlungsunfähigkeit: Diese Art der Insolvenz gelte sowohl für juristische wie auch für natürliche Personen, also Einzelunternehmen. „Eine Zahlungsunfähigkeit liegt dann vor, wenn das Geld nicht reicht, um Verbindlichkeiten wie Rechnungen von Lieferanten und Dienstleistern sowie Löhne, Steuern, Sozialabgaben zu begleichen“, sagt Sievers.

Aus seiner Sicht ist im Zuge der Corona-Krise die Zahlungsunfähigkeit bei vielen Unternehmen das größere Problem.

Insolvenz als Chance sehen

Die Verunsicherung und die Angst sind nach Sievers' Erfahrung groß, den Schritt in Richtung Insolvenz zu gehen. Er rät dazu, rechtzeitig zu handeln, um größere Schäden noch zu vermeiden. „Eine Insolvenz bedeutet nicht, dass der Betrieb sofort schließen muss“, stellt Sievers klar. Im Gegenteil: Insolvenzverwalter seien auch dazu da, gemeinsam mit den Unternehmern auszuloten, was für den Betrieb noch drin ist und was dafür getan werden kann, um eine Schließung abzuwenden – vorausgesetzt, der Betrieb ist sanierungsfähig. Dies setze auch die Mitwirkung des Inhabers voraus.



Viele Unternehmer haben Angst vor dem ‚I-Wort‘.

Jörg Sievers, Rechtsanwalt

Insolvenz anmelden: Welcher Zeitpunkt ist richtig?

Wann ist die Zeit reif für einen Insolvenzantrag? Rechtsanwalt Sievers: „Wenn ein Unternehmer ein Finanzloch nach dem anderen stopfen muss, keine ausreichenden Umsätze mehr reinkommen und offene Rechnungen nicht bezahlt oder Kredite nicht bedient werden können.“ Ist dies der Fall, hätten Betriebe noch drei Wochen Zeit, eine Insolvenz anzumelden.

Wer sich unsicher ist, ob eine Insolvenz vorliegt, sollte einen externen Dritten einschalten, der sich mit dem Insolvenzrecht auskennt. „Manche Inhaber haben nicht alle Kosten oder Zahlungseingänge im Blick – da lohnt sich die Sicht von außen“, betont Sievers. In der Regel könne der Fachmann schnell feststellen, ob eine Zahlungsunfähigkeit besteht oder nicht.

Ist die Prüfung erfolgt und die Zeichen stehen auf Insolvenz, sollten Unternehmer mit dem Insolvenzantrag nicht zögern. „Wenn das Geschäft noch läuft, ist es leichter, einen Betrieb zu retten“, sagt Sievers. Nach Eingang des Antrags beim Insolvenzgericht prüfe ein Gutachter binnen vier bis sechs Wochen, ob ein Insolvenzgrund vorliegt.

Informieren Sie Ihr Team und Ihre Geschäftspartner

„Es kommt bei Mitarbeitern gut an, wenn in einer Betriebsversammlung offen mit ihnen geredet wird, der Insolvenzverwalter die Situation erklärt und Rede und Antwort steht“, sagt Sievers. Das gebe Sicherheit. Für bis zu drei Monate der Insolvenz bekämen die Mitarbeiter bis zu einer Kappungsgrenze (neue Bundesländer 4.800 Euro, alte Bundesländer 5.600 Euro) volle Nettolöhne, das sei gesetzlich garantiert. Die Angestellten zu halten, sei ein großes Ziel – gerade während eines laufenden Insolvenzverfahrens: „Die Mitarbeiter werden es Ihnen danken, indem sie mitziehen, wenn Sie offen sprechen.“

Der Insolvenzverwalter wird auch Kontakt zu Lieferanten und Gläubigern aufnehmen und sie informieren. Er wird zudem versuchen, mit ihnen – soweit erforderlich – die weitere Belieferung auszuhandeln. MARTINA JAHN

WARUM WARTEN?

JETZT AB € 209,-^{1,2} MTL. DIE FORD GEWERBEWOCHE

FORD TRANSIT CUSTOM BASIS
AB € 209,- NETTO^{1,2} (€ 248,71 BRUTTO)
MONATLICHE FORD LEASE FULL-SERVICE-RATE

Für alle, für die Stillstand keine Option ist:
Modernisieren Sie jetzt gemeinsam mit Ihren Fuhrpark.
Mehr Informationen auf ford.de/gewerbewochen

BEREIT FÜR MORGEN

Beispielfotos von Fahrzeugen der Baureihe. Die Ausstattungsmerkmale der abgebildeten Fahrzeuge sind nicht Bestandteil des Angebotes. ¹Ford Lease ist ein Angebot der ALD AutoLeasing D GmbH, Norderfeld 95, 22529 Hamburg, für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z. B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). Das Ford Lease Full-Service-Paket ist optional erhältlich und in der Ford Lease Full-Service-Rate berücksichtigt. Eingeschlossen sind Wartungs- und Inspektionsarbeiten sowie anfallende Verschleißreparaturen in vereinbartem Umfang. Bei weiteren Fragen zu Details und Ausschlüssen zu allen Services wenden Sie sich bitte an Ihren Ford Partner. Nur erhältlich im Rahmen eines Ford Lease-Vertrages. Ist der Leasingnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein Widerrufsrecht. ²Z. B. Ford Transit Custom Kastenwagen LKW Basis 280 LI, 2.0-I-TDCI Ford EcoBlue-Dieselmotor mit 77 kW (105 PS), 6-Gang-Schaltgetriebe, Lackierung „Frost-Weiß“, ohne Leasing-Sonderzahlung, bei 48 Monaten Laufzeit und 40.000 km Gesamtleistung. Leasingrate auf Basis einer UPE der Ford-Werke GmbH von € 27.330,- netto (€ 32.522,70 brutto), zzgl. Überführungskosten. Die Rate enthält das Ford Lease Full-Service-Paket zum Preis von € 10,66 netto (€ 12,69 brutto) monatlich. Details bei allen teilnehmenden Ford Partnern.

Keine Reserven mehr, aber ein kleiner Lichtblick



Seit dem 1. März darf Marion Haensch (Foto) Teile ihres Kosmetikstudios in Haldensleben wieder öffnen – aber nur für die reine Fußpflege. Wie viele andere Betriebe musste sie am 16. Dezember 2020 schließen. Die Öffnung sei ein kleiner Lichtblick, „dass es nun langsam wieder aufwärtsgeht“.

Einen großen Anteil des Umsatzes macht die 48-jährige Unternehmerin jedoch mit Kosmetikleistungen – wann sie diese wieder anbieten darf, ist unklar. Vor der Corona-Krise lief der Laden gut. Anfang 2020 hat Haensch deshalb größere Räume angemietet und großzügig investiert. Diese Kosten fallen ihr nun auf die Füße: „Ich habe keine finanziellen Reserven mehr und stehe mit dem Rücken zur Wand“, sagt sie. Daher hat sie sich auch schon mit dem Thema Insolvenz beschäftigt.

Während die Mitarbeiterinnen der Kosmetikerin mit einem blauen Auge davongekommen sind – für ihre Teilzeitkraft habe sie Kurzarbeit anmelden können und der Vertrag ihrer Minijobberin ruhe –, treffe die Krise Haensch hart. Der Unternehmerlohn fehle. „Ich habe schon zwei Monatsumsätze privat vorgestreckt, lange geht das nicht mehr“, betont Marion Haensch. Den Antrag auf Überbrückungshilfe III hat sie in Abstimmung mit ihrer Steuerberaterin Anfang März eingereicht. Eine mittlere Summe aus der Corona-Soforthilfe habe sie zwar erhalten. Doch nun sei die Kasse leer und die Unternehmerin verzweifelt.

Es könne nicht sein, dass durch die Betriebsschließungen ganze Berufszweige „ausgerottet“ würden. In so einer brenzigen Situation sei sie seit dem Start ihrer Selbstständigkeit nicht gewesen.

Helfen würde Marion Haensch ein Kredit, sagt sie. Mit dem KfW-Schnellkredit habe sie schon geliebäugelt. Doch zur Beantragung überwunden habe sie sich noch nicht, denn die Zukunft sei ungewiss: „Ich habe einfach Angst, dass die nächste Schließung kommt – und dann habe ich noch einen Posten, den ich abzahlen muss.“ (JA)

Corona-Tests vorschreiben?

Ein infizierter Mitarbeiter kann Kollegen und Kunden anstecken, im schlimmsten Fall droht die Betriebsschließung. Doch darf ich von Mitarbeitern Corona-Tests verlangen?



Darf ich als Chef einen Corona-Test von meinen Mitarbeitern verlangen?

Was darf ein Arbeitgeber von Mitarbeitern verlangen, um das Einschleppen des Corona-Virus in seinen Betrieb zu verhindern? Ist ein verpflichtender Corona-Test vor der Arbeit zulässig? Und was passiert, wenn der Mitarbeiter ihn verweigert?

Erster Prozess wegen Corona-Test liefert nur Signal

Das Arbeitsgericht Offenburg hat jetzt den Eilantrag eines Klägers zurückgewiesen, dem sein Arbeitgeber den Zugang auf das Werksgelände verwehrt hatte. Alle Beschäftigten waren laut einer Betriebsvereinbarung verpflichtet, vor der Arbeit einen PCR-Test vornehmen zu lassen, der Mitarbeiter hatte sich geweigert. Allerdings sah das Gericht zunächst nur die Eilbedürftigkeit nicht als erwiesen an. Der Kläger kann also Berufung einlegen. Aber was bedeutet das für andere Arbeitgeber?

„Es ist auf jeden Fall ein Signal, das die Richter gegeben haben“, sagt Michael Eckert, Fachanwalt für Arbeitsrecht aus Heidelberg. „Wenn das Eilverfahren abgewiesen wird, bedeutet das, dass der Arbeitnehmer weiterhin nicht zur Arbeit kommen darf, solange der Test nicht vorgenommen wurde.“ Zudem könnten ihm arbeitsrechtliche Konsequenzen wie eine Abmahnung oder sogar eine Kündigung drohen, weil er seinen Teil des Arbeitsvertrages nicht erfüllt.

Arbeitgeber muss gesteigertes Interesse begründen können

Doch ist es nun rechtens, von den Mitarbeitern einen Corona-Test zu verlangen? „Möglich ist dies

nur, wenn der Arbeitgeber ein gesteigertes Interesse hat“, erklärt Joanna Zoglowek, Rechtsanwältin bei CMS Hasche Sigle in Köln. „Es muss ein besonderer Verdachtsmoment bestehen. Dies ist etwa der Fall, wenn der Arbeitnehmer an Erkältungssymptomen leidet.“

Doch auch ohne Symptome könne ein Arbeitgeber einen Corona-Test verlangen, meint Michael Eckert. Allerdings müsse der Arbeitgeber ein berechtigtes Interesse nachweisen. „Es kommt darauf an, wie groß die Gefahr ist, dass sich jemand ansteckt, und welche anderen Schutzmaßnahmen diese Gefahr verringern könnten“, so Eckert.

Dies könne seiner Ansicht nach in folgenden Fällen sein:

- Die vorgeschriebenen Abstände können bei der Tätigkeit nicht (immer) eingehalten werden.
 - Der Mitarbeiter kommt aus einem Risikogebiet zurück.
 - Der Mitarbeiter verstößt gegen geltende Hygieneregeln wie Maskenpflicht.
 - Mehrere Menschen arbeiten in einem Raum.
- Auch wer als Handwerker beispielsweise in einer Pflegeeinrichtung arbeite, könne ohne besonderen Verdacht zum Test geschickt werden. Entscheidend sei aber die konkrete Situation. „Wenn der Handwerker dort allerdings nur im Keller eine Wasserleitung reparieren muss und niemand weiter dort ist, sieht die Sache anders aus, als wenn ein Gebäudereiniger auf einer Krankenstation arbeitet“, so der Arbeitsrechtler.

Muss der Arbeitgeber Lohnfortzahlung leisten?

Ist der Arbeitgeber in so einem Fall verpflichtet, Lohnfortzahlung zu leisten? Nein, meinen beide Anwälte für Arbeitsrecht: „Hat der Arbeitgeber ein berechtigtes Interesse an der Vorlage oder Durchführung eines Corona-Tests und verweigert der Arbeitnehmer diesen, entfällt der Anspruch auf Lohnfortzahlung, wenn der Arbeitgeber die Arbeitsleistung deswegen nicht annimmt“, meint Joanna Zoglowek.

Michael Eckert nennt zur Begründung die Fürsorgepflicht, die der Arbeitgeber gegenüber den anderen Mitarbeitern und Kunden hat.

Achtung: Noch gibt es keine Rechtsprechung zu diesem Thema, wie beide Anwälte betonen. Arbeitgeber sollten sich deshalb rechtlich beraten lassen.

KATHARINA WOLF

Aktueller Beschluss

Bundesregierung und Ministerpräsidenten haben am 3. März beschlossen, dass Betriebe „in Präsenz Beschäftigten **pro Woche das Angebot** von mindestens einem kostenlosen Schnelltest machen“ sollen. Soweit möglich solle eine Bescheinigung über das Testergebnis erfolgen.

Was Chefinnen in der Krise brauchen

Was sich Unternehmerinnen von öffentlichen Maßnahmen wünschen, zeigt eine Studie. Neben der Kinderbetreuung sind es vor allem drei Dinge.

Die Corona-Krise konfrontierte auch frauengeführte Handwerksbetriebe mit Auftrags- und Umsatzrückgängen. Wie sich das auf die betriebliche Situation auswirkt, haben Wissenschaftler des Volkswirtschaftlichen Instituts für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen (ifh Göttingen) untersucht. Folgende Schlussfolgerungen und Empfehlungen leiten die Wissenschaftler des ifh aus den Interviewergebnissen der Studie ab:

- Die Befragten forderten eine bessere Planbarkeit, Verlässlichkeit und Kommunikation der öffentlichen Maßnahmen.
- Zu einer guten Informationspolitik gehöre für die befragten Unternehmerinnen die gezielte Aufbereitung der Informationen für die gewerbliche Wirtschaft in den Massenmedien. Aber auch kompakte Informationen in Form von Newslettern der Kammern, Verbände und Berufsgenossenschaften seien in der Krise hilfreich.

- Bei der Neuausrichtung von Hilfsprogrammen und Liquiditätshilfen gelte es, flexible Schwellenwerte für indirekt betroffene Betriebe anzuwenden und die Zugangskriterien zu vereinfachen.
- Selbstständige Frauen in der Familiengründungsphase seien auf eine verlässliche Betreuungssituation und krisenbedingte Anpassungen der Elterngeldregelungen angewiesen. (JA)



Handwerksunternehmerinnen sind in der Corona-Krise neben der Kinderbetreuung auf Informationen zu öffentlichen Maßnahmen angewiesen.

Foto: von Lieres - stock.adobe.com

So läuft die Entschädigung

Bis Ende März haben Mitarbeiter Anspruch auf Entschädigung für Lohnausfall durch geschlossene Kitas und Schulen.

Arbeitnehmer haben einen Anspruch auf Entschädigung, wenn sie wegen geschlossener Schulen und Kitas während der Corona-Pandemie nicht arbeiten können. Darauf weist die Minijob-Zentrale hin. Die bis Ende März befristete Regelung im Infektionsschutzgesetz gilt – anders als die sogenannten Kinder-krank-Tage – auch für 450-Euro-Kräfte: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und Minijobber erhalten danach für längstens zehn Wochen eine Entschädigung von 67 Prozent des entstandenen Verdienstausfalls. Für Alleinerziehende sind es 20 Wochen. Der Maximalzeitraum muss nicht an einem Stück ausgeschöpft werden. Folgende Voraussetzungen gelten:

- Die Schule oder Kindertagesstätte muss wegen behördlicher

Anordnung zur Verhinderung der Verbreitung einer Infektionskrankheit geschlossen sein.

- Das zu betreuende Kind ist noch nicht zwölf Jahre alt oder es ist behindert und auf Hilfe angewiesen.
- Das Kind muss vom Beschäftigten selbst zu Hause betreut werden.
- Betreuung durch den anderen Elternteil oder Notbetreuung in Schule und Kita sind nicht möglich.

Kein Anspruch besteht, wenn es eine andere Möglichkeit gibt, der Arbeit vorübergehend bezahlt fernzubleiben, zum Beispiel durch den Abbau von Überstunden.

Für Arbeitgeber wichtig: Für die Auszahlung der Entschädigung ist er



Schule geschlossen? Für manche Eltern bedeutet das auch einen Verdienstausfall.

zuständig. Im Anschluss kann er bei der zuständigen Behörde einen Erstattungsantrag stellen. Welche Behörde dies ist, regeln die Bundesländer. Eine Liste gibt es auf der Seite der Minijob-Zentrale. Dort kann der Arbeitgeber auch einen Vorschuss beantragen. (KW)

Unternehmensberatung fast geschenkt

Die „Richtlinie zur Förderung unternehmerischen Know-hows“ fördert Beratungen in KMU. Bei angeschlagenen Betrieben sind 90 Prozent Zuschuss drin.

Zum 1. Januar hat das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle die „Richtlinie zur Förderung unternehmerischen Know-hows“ um zwei Jahre verlängert. Die Richtlinie sieht einen Zuschuss zu den Kosten einer Beratung für Betriebe vor, die der EU-Mittelstandsdefinition für kleine und mittlere Unternehmen entsprechen. Die Höhe des Zuschusses richtet sich nach Alter und Sitz des Betriebs oder nach seiner wirtschaftlichen Situation. Er kann zwischen 50 und 90 Prozent der maximal förderfähigen Beratungskosten betragen.

Für Bestandsunternehmen liegen die maximal förderfähigen Beratungskosten bei 3.000 Euro. Darauf gibt es einen Zuschuss von 50 Prozent für Betriebe aus den westdeutschen Bundesländern sowie aus Berlin und der Region Leipzig. Für Unternehmen aus der Region Lüneburg sind 60 Prozent förderfähig, bei Unternehmen aus dem Osten sind es 80 Prozent.

Sind Unternehmen jünger als zwei Jahre, liegen die maximal förderfähigen Beratungskosten bei



Beraten lassen und profitieren. Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle fördert Beratungen in KMU.

4.000 Euro. Wie bei den Bestandsunternehmen liegt der Zuschuss regionsabhängig zwischen 50 und 80 Prozent.

Für Unternehmen in wirtschaftlichen Schwierigkeiten sieht die Richtlinie standortunabhängig einen Zuschuss von 90 Prozent auf die maximalen Beratungskosten von 3.000 Euro vor. (DEG)

Foto: pressmaster - stock.adobe.com

Foto: Hoda Bogdan - stock.adobe.com

Systemrelevant?

Eine aktuelle Übersicht über die Systemrelevanz handwerklicher Tätigkeiten hat der ZDH veröffentlicht. Sie soll für Betriebe und Organisationen als Argumentationshilfe dienen.

In der Übersicht zur Systemrelevanz handwerklicher Tätigkeiten legt der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) dar und begründet, „in welchen Gewerken Handwerksbetriebe und ihre Beschäftigten im jeweiligen Kontext potenziell systemrelevante Tätigkeiten ausführen“. Der ZDH betont, dass diese Liste im aktuellen Lockdown zunehmend eine wichtige Rolle einnehme. Als Beispiel nennt er die Kindertagesbetreuung, bei der die Systemrelevanz ein maßgebliches Kriterium sei.

Auch wenn die ZDH-Übersicht aktualisiert und erweitert worden sei, handle es sich um keine offizielle, amtliche Liste. Der Verband stellt klar: „Sie ist vielmehr als Argumenta-

tionshilfe und Orientierungsrahmen dafür gedacht, dass die jeweilige Handwerksorganisation auf Landesebene bzw. vor Ort mit den maßgeblichen Entscheidungsträgern Regelungen



Welche handwerklichen Tätigkeiten sind während des Lockdowns systemrelevant? Der ZDH hat eine Liste veröffentlicht; sie soll als Orientierung dienen.

zur Systemrelevanz von Handwerksbetrieben suchen und im Idealfall vereinbaren.“

Um herauszufinden, ob es sich um eine betriebsindividuelle Systemrelevanz handle, komme es im Einzelfall vielfach auf den jeweiligen betrieblichen Kontext an. Der ZDH rät Handwerksbetrieben, sich von ihren Auftraggebern eine Bescheinigung ausstellen zu lassen, in der beispielsweise bestätigt wird, dass es sich bei der Leistung um die Ausführung unabdingbarer Reparaturen und weiterer handwerklicher Dienstleistungen handle. (JA)

Die Übersicht finden Sie unter dem Kurzlink [svg.to/sysre](https://www.zdh.de/sysre) beim ZDH.

Diese Instagram-Strategie spart Ihnen Aufwand

Sie wollen auf Instagram sein, haben aber keine Zeit, ständig neue Bilder zu posten? Probieren Sie mal die Strategie des Fotografen Jesse Wiebe.

Instagram und das Fotografenhandwerk – das müsste doch passen wie Deckel auf Topf! Oder?! Der Fotograf Jesse Wiebe sagt: „Ich habe lange mit Instagram gehadert.“ Und dafür hatte er einen guten Grund.

Wiebes Posts: kein Platz für Schnappschüsse

Seine Überlegung: Die Bilder auf dem Instagram-Account eines Fotografen betrachten potenzielle Kunden mit einer gewissen Erwartungshaltung. Wird die nicht erfüllt, ist der Kunde weg. Also muss jedes Foto auf den ersten Blick überzeugen. Das ist zeitintensiv und macht viel Arbeit. Denn die typischen Schnappschüsse aus dem Arbeitsalltag scheiden für den Fotografen aus – mit ihnen kann er seinem professionellen Anspruch nicht gerecht werden. Trotzdem will er in dem sozialen Netzwerk präsent sein und gefunden werden.

Die Lösung des Fotografen: Jesse Wiebe hat für sich eine alternative Instagram-Nutzung gefunden. Und die eignet sich auch für andere Betriebe, denen für eine aktive Präsenz auf Instagram Zeit und Kapazitäten fehlen. „Ich nutze mein Instagram-Profil so ähnlich wie eine Website“, erklärt der 29-jährige Fotograf.

Spart Zeit: Instagram-Profil mit Website-Charakter

Auf dem Instagram-Profil des Hannoveraners finden Nutzer eine Auswahl der Leistungen, die Wiebe anbietet. Dabei macht sich der Fotograf das Kachelformat des sozialen Netzwerks geschickt zunutze: Wiebe postet nicht einfach einzelne Bilder, sondern erstellt aus Fotos und Text digitale Kampagnenplakate, die er im Großformat veröffentlicht. So bilden oft 9, 12 oder auch 15 Instagram-Kacheln ein Gesamtbild mit passendem Marketing-Text.

Darauf wirbt der Fotograf für besondere Angebote, zitiert Kundenreferenzen und zeigt nebenbei Auszüge aus seinen Projekten. „Potenzielle Kunden können sich so auf Instagram ein umfassendes Bild von mir machen und werden dabei social-media-typisch angesprochen“, sagt er.

Instagram-Strategie reduziert Aktualitätsdruck

Damit hat Jesse Wiebe seinen Instagram-Kanal zu einer ansprechenden Übersicht ausgebaut, die große Teile seines Leistungsspektrums zeigt. Und da kommt einiges zusammen: Der 29-Jährige schießt Fotoreportagen für Handwerksbetriebe, macht aufwendige Shootings für Werbekampagnen, dreht Image- und Musikvideos und zählt namhafte Kunden wie Mercedes zu seinen Auftraggebern.

„Mit meiner Instagram-Strategie nehme ich mir den Druck, jeden Tag etwas posten zu müssen. Gleichzeitig habe ich einen frischen Auftritt, den ich jederzeit erweitern kann.“

Blick hinter die Kulissen

Und wenn Jesse Wiebe doch mal etwas brandaktuell posten möchte, nutzt der Fotograf dazu einfach die Story-Funktion des sozialen Netzwerks. „Weil die Storys nur 24 Stunden sichtbar sind, kann ich tagesaktuellen Content erstellen, den ich nicht so intensiv vorbereiten muss“, sagt Wiebe.

So kann er mal einen Blick hinter die Kulissen bei einem Foto- oder Video-Aufbau gewähren oder Casting-Aufrufe posten. „Die Storys müssen nicht perfekt durchgeplant sein. Ich kann sie nebenbei bedienen und darüber mit meinen Followern interagieren.“ Das habe auch einen guten Marketing-Effekt: „Ich habe die Erfahrung gemacht, dass die Inhalte aus den Storys dankbar geteilt werden.“

DENNY GILLE



Alternative Instagram-Strategie: Mit großflächigen Kampagnenplakaten nutzt Jesse Wiebe seinen Instagram-Kanal ähnlich wie eine Website.



Foto: sebra - stockadobe.com

Neue Abschlüsse im Handwerk

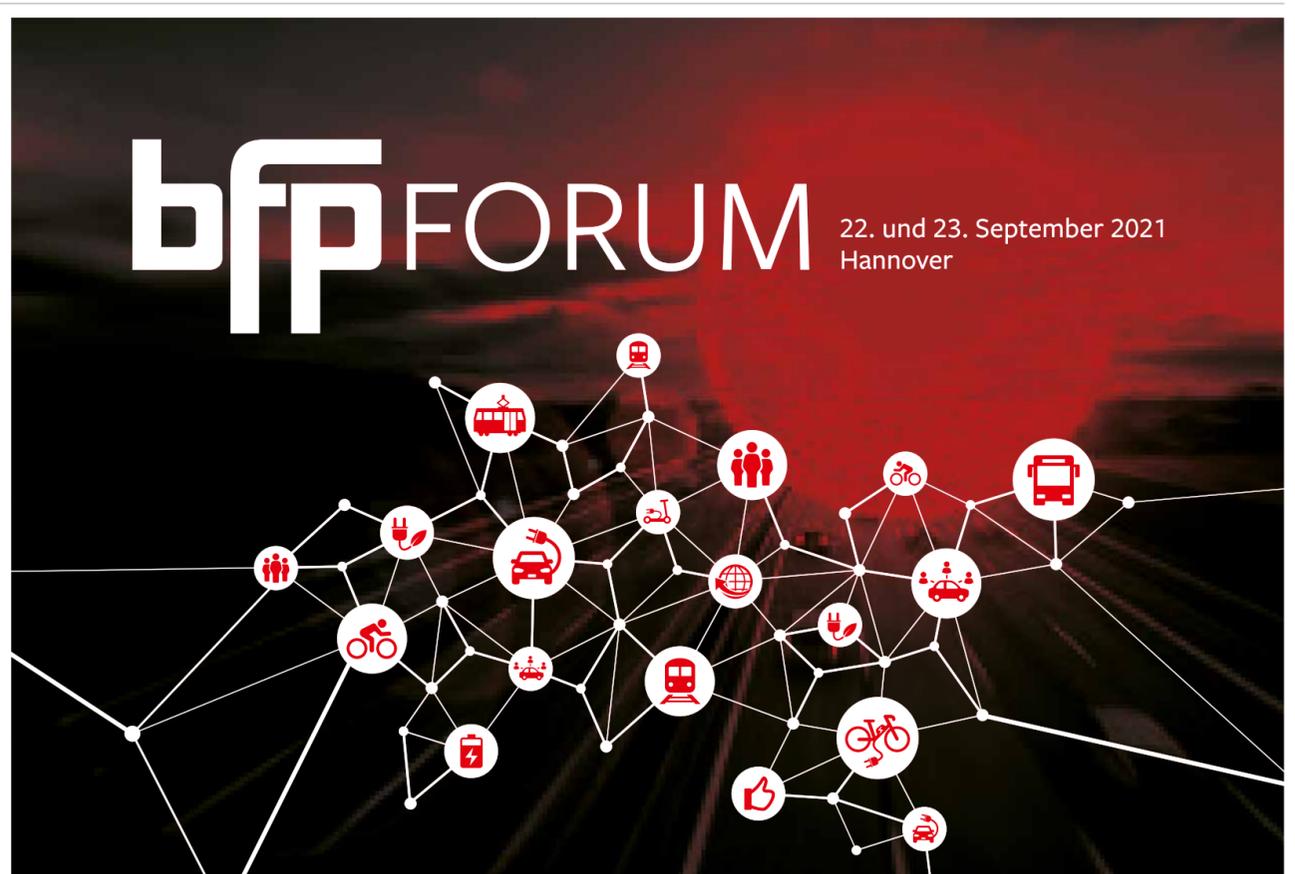
Den Titel Bachelor Professional können jetzt nicht nur Meister führen. Manche Handwerker dürfen sich sogar Master Professional nennen.

Es gibt zwei neue Abschlussbezeichnungen für Fortbildungsabsolventen im Handwerk. Darauf weist der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) hin. „Künftig können Absolventen der Fortbildung zum Geprüften Kaufmännischen Fachwirt nach der Handwerksordnung den Titel Bachelor Professional tragen“, erklärt ZDH-Präsident Hans Peter Wollseifer zur Veröffentlichung im Bundesanzeiger. Absolventen der Fortbildung zum Geprüften Restaurator im Handwerk könnten künftig zusätzlich auch den Titel Master Professional führen.

Nach Einschätzung von Wollseifer sind die nun hinzukommenden Abschlussbezeichnungen „Anerkennung des hohen Leistungsniveaus in diesen Berufen und zugleich ein wichtiger Beitrag, um die Attraktivität der Höheren Berufsbildung auszubauen“.

Bereits seit Anfang 2020 wird allen Handwerksmeistern zusätzlich der Titel Bachelor Professional verliehen. Damit sei der Meisterabschluss auch namentlich auf Augenhöhe mit akademischen Graden gestellt, so der ZDH-Präsident. Bei Kammern und Innungen bestehe eine hohe Nachfrage nach diesen Abschlusszeugnissen.

Wollseifer fordert, dass nun rasch alle weiteren Fortbildungsabschlüsse die neuen Bezeichnungen erhalten. Als Beispiel nennt er in diesem Zusammenhang etwa den Abschluss zum Geprüften Betriebswirt nach der Handwerksordnung, zum Geprüften Servicetechniker oder zum Geprüften Verkaufsleiter im Lebensmittelhandwerk. „Hier sind das Bundesministerium für Bildung und Forschung und alle Sozialpartner in der Verantwortung“, so der ZDH-Präsident. (AML)



Jetzt Ticket sichern!

Kaufen Sie jetzt Ihr Ticket! Es zahlt sich aus. Sichern Sie sich Ihren Frühbucherrabatt unter bfpforum.de/ticket

FUHRPARKMANAGEMENT E-MOBILITÄT NEUE MOBILITÄT



bfpforum.de

Kunden gewinnen mit guten Geschichten

Gute Storys bleiben im Gedächtnis und mit ihnen können Sie besser verkaufen und Fans gewinnen. Mit diesen sechs Tipps gelingt das Storytelling.



Fotos: splitor7 - stock.adobe.com | www.plot.de | Privat



Geschichten erzählen, passgenau verkaufen

Drei Fragen zum Thema Storytelling an Sandra Weiglein, Unternehmerin bei Elektro Hauke in Steimbke mit 15 Mitarbeitern.

Zu welchen Themen erzählen Sie Kunden „Geschichten“?

» **Sandra Weiglein:** In meine Geschichten baue ich eigene Erlebnisse ein und verbinde sie mit Lösungen aus unserem Betrieb. Es sind kleine Anekdoten, die „hängen bleiben“, zum Beispiel zu Fehlern in der Planung und Umsetzung unseres eigenen Hauses und wie wir es als Elektrobetrieb besser machen können. Ich drücke persönliche Betroffenheit aus und transportiere Emotionen. Das kommt gut an und die Kunden verstehen die Zusammenhänge.

Was ist Ihnen beim Storytelling besonders wichtig?

» **Weiglein:** Wichtig ist mir, glaubwürdig zu beraten – dabei helfen kleine Geschichten und sind ein Teil des Verkaufsprozesses. Unser Ziel ist es, Kunden passgenau zu beraten. Dafür haben wir Fragetechniken entwickelt, die uns näher an die Wünsche und die Bedürfnisse der Kunden heranführen. Wir wollen genau erfassen, wer die Kunden sind und wie sie ticken.

Wie wecken Sie auf Ihrer Website mit Geschichten Emotionen?

» **Weiglein:** Wir nutzen auf unserer Website möglichst viele Bilder von Mitarbeitern unseres Betriebs. Die Gesichter transportieren Emotionen. Wer sich bei uns informiert, soll die Menschen hier sehen. Das ist authentisch und macht Kundenakquise und Mitarbeitersuche aus. Momentan bauen wir die Seite um. Künftig sollen das Team und die Azubis noch stärker im Mittelpunkt stehen und persönlich kontaktiert werden können. Wir arbeiten daran, unsere Firmenphilosophie auf der Website zu „erzählen“, damit die Strategie stimmig wird. (JA)

Mit Storytelling – also Geschichten erzählen – können Sie Menschen begeistern, aus der Masse hervorstechen und in Erinnerung bleiben. Wichtig dafür sind persönliche Eindrücke und ein authentischer Auftritt. „Menschen kaufen von Menschen, sie sind neugierig auf das, was Menschen zu erzählen haben, und sie vertrauen anderen Menschen“, weiß Sabine Beck, Kommunikationsexpertin und Moderatorin aus Starnberg. Ihr Appell an Unternehmer: „Seien Sie mutig und zeigen Sie sich!“

1. Vorbereitung:

Zielgruppe eingrenzen und ansprechen

Zu wissen, wem man seine Geschichte erzählt, und diese Zielgruppe zu kennen, ist die halbe Miete, sagt Sabine Beck. „Überlegen Sie sich genau, wen Sie mit der Geschichte begeistern oder überzeugen wollen.“ Mögliche Zielgruppen könnten sein:

- Kunden
- das Team oder Mitarbeiter
- der Chef/die Chefin
- Azubis oder Bewerber
- Partnerbetriebe oder Lieferanten
- eine Kammer, ein Verband oder eine Innung.

Beck rät Betrieben, sich zu fragen, wie gut sie ihre Zielgruppen kennen. Um diese besser zu erreichen, sollten sie genau hinschauen und hinzuhören. Wichtig sei es vor allem, die Bedürfnisse und die damit verbundenen Gefühle der Kunden zu kennen.

2. Zutaten für gutes Storytelling:

So punkten Sie mit Ihrer Geschichte

„Gute Geschichten treffen Kopf und Herz“, sagt die Kommunikationsexpertin, die selbst eine Tischlerausbildung gemacht hat. Wie das funktioniert? Indem man die Grundbedürfnisse anspricht und stärkt oder damit verbundene Ängste anspricht. Dazu zählen:

- Gemeinschaft: Angst vorm Alleinsein
- Sicherheit und Stabilität: Angst vor Gefahr

- Etwas schaffen und aufbauen: Angst vor Verlust
- Freiheit und Unabhängigkeit: Angst vor Abhängigkeit.

„Wenn Sie es schaffen, eines oder mehrere dieser Grundbedürfnisse anzusprechen und zu bedienen, liegen Sie mit Ihrer Story richtig“, betont sie.

3. Aufbau einer Geschichte: Diese Elemente gehören dazu

Jede Geschichte sollte laut Beck aus drei Elementen bestehen:

- 1 Der Anfang beinhaltet ein Ereignis und einen Hauptdarsteller. (Beispiel: Der Dachstuhl eines Hauses ist marode. Der Besitzer bangt um die Sicherheit der Bewohner.)
- 2 In der Mitte beschreitet diese Figur den Weg vom Vorher (Ereignis) zum Nachher (Lösung), mit Herausforderungen, Auf's und Abs. Deshalb spricht man auch von der „Heldenreise“ einer Story. (Beispiel: Der Hausbesitzer ist verzweifelt, hat Angst vor Unfällen, muss Mieter ausquartieren, das Wetter wird schlecht. Er trifft auf Ihre Firma. Sie beraten ihn, geben ihm Tipps für die Übergangssituation, bauen ein neues Dach.)
- 3 Der Schluss ist ein Happy End, die Lösung des Ereignisses oder Konflikts. (Beispiel: Das Dach ist ganz und wieder sicher.)

4. Aufmerksame Zuhörer gewinnen: die Achterbahnfahrt der Gefühle

Wer eine Geschichte erzählt, möchte Aufmerksamkeit bis zum Ende. Wie das gelingt?

Starten Sie mit einem „Bähm!“. Beginnen Sie Ihre Story mit etwas, das überrascht, rät Beck. Dann haben Sie den Zuhörer auf Ihrer Seite. Verzichteten Sie auf lange Einleitungen. Starten Sie mit „Wir sind der Einzige hier, der diese Farbkollektion aus England anbietet und dann ging unsere Maschine kaputt. Wie wir es geschafft haben ...“ Das bleibt in Erinnerung und macht neugierig.

Spannung erhalten mit der „Achterbahnfahrt“: Im Mittelteil kann es mit den Gefühlen auf und ab gehen. „Freude, Entsetzen und Erleichterung dürfen sich abwechseln“, so Beck. Das erhöht die Spannung und sorgt für Lebendigkeit. Versuchen Sie, dass die Zuhörer mitfiebert, was kommt.

Nachfragen und zuhören: Erkundigen Sie sich gegebenenfalls, ob der Zuhörer Fragen hat. „Halten Sie keine Monologe über Ihre Produkte“, warnt Beck. Achten Sie auf Mimik und Gestik: Lesen Sie ab, welche Informationen fehlen oder was besonders interessiert. Und hören Sie immer genau hin, wenn der Kunde etwas sagt.

Problemlösungen bieten: Was bewegt den Kunden, wie können Sie ihm helfen? Zeigen Sie, dass Sie ihn verstehen und möchten, dass er zufrieden ist.

5. Welche Geschichten eignen sich für welche Kunden?

Woher weiß ein Handwerksunternehmer, welche Geschichten sich für welche Kunden eignen? „Das kommt darauf an, wen Sie begeistern und was Sie erreichen wollen“, sagt Beck.

Für Neukunden empfiehlt sie: „Fokussieren Sie darauf, dass Sie auf Ihren Betrieb neugierig machen und Ihre Dienstleistungen im Kopf bleiben.“ Das gelinge beispielsweise mit Geschichten, die Ihr Team als exzellente Anlaufstelle für Farbpertise darstellt. Sie sollten potenziellen Kunden in der Geschichte vermitteln, wer Sie sind und wofür Ihr Betrieb steht.

Wenn Stammkunden Sie schon kennen, sollte der Fokus der Geschichte eher auf Besonderheiten oder Veränderungen liegen. Informieren Sie zum Beispiel darüber, dass Sie Ihr Repertoire ausgebaut oder einen renommierten Preis gewonnen haben. „Bleiben Sie bei Stammkunden mit Neuigkeiten im Gespräch und halten Sie sie auf dem Laufenden“, rät Beck.

Fragen Sie sich immer: Welche Kundenbedürfnisse kann ich mit meinem Angebot befriedigen und welche positiven Gefühle löst das aus? Das sollte in jede Geschichte für jede Zielgruppe einfließen.



Seien Sie in Sachen Storytelling mutig und zeigen Sie sich!

Sabine Beck,
Kommunikations-
expertin

MARKTPLATZ

BARTHAU Dreiseitenkipper
ANHÄNGERBAU

- ✗ Befestigungspunkte alle 10cm
- ✗ Mehr Ladefläche
- ✗ patentiertes Zurrsystem

TOPZURR® 21

BARTHAU ANHÄNGERBAU GMBH
D-74547 Untermünkheim-Brachbach
Tel. 0 79 44 63-0 · www.barthau.de

Hallenbau

Visionen brauchen Planung mit Stahl

JANNECK
Stahlhallen & Stahlbau

T: 04475 92930-0
Zum Gewerbegebiet 23 49696 Molbergen
www.stahlhallen-janneck.de

Blech-/Metallbearbeitung

WIR BIEGEN FÜR SIE

CN-gesteuerte Biegemaschinen

- 3-4 Walzenverfahren
- kombiniertes Ring-/Dornbiegeverfahren
- 3D-Form-Biegen
- Schwere Profile bis Wx 600 cm²

info@fertigungstechniken.de
Tel. (04489) 92 81-0

Sonderposten günstig abzugeben:
Alu-Flach 40 x 3 / 60 x 4 / 60 x 8 mm
in Längen bis 12,00 m

Anzeigenschluss

für die nächst erreichbare Ausgabe Norddeutsches Handwerk
vom 15.04.2021 ist am 24.03.2021

Mediadaten 2021
sehen Sie unter: www.handwerk.com

Ankäufe

MSH Suchen ständig gebrauchte
Schreineremaschinen
auch komplette Betriebsauflösungen
MSH-nrw GmbH · Tel. 02306 941485
info@msh-nrw.de · www.msh-nrw.de

Hier könnte Ihre Anzeige stehen!

Ihre Ansprechpartnerin:
Tanja Ehlerding
ehlerding@schluetersche.de

Rufen Sie mich an.
Tel. 0511/8550-2647

Verkäufe

Treppenstufen-Becker
Besuchen Sie uns auf unserer Homepage - dort finden Sie unsere Preisliste!
Tel. 05223 188767
www.treppenstufen-becker.de

SDH®
SERVICEGESELLSCHAFT
DEUTSCHES HANDWERK

GÜNSTIGE FIRMENWAGEN FÜRS HANDWERK

JETZT KOSTENLOS REGISTRIEREN UND NACHLÄSSE EINSEHEN
Telefon: 089-92 13 00 530 · www.sdh.de

So vermeiden Sie Pannen!

Die Kommunikation per E-Mail ist beliebt, führt aber oft zu Missverständnissen. Wie es besser läuft, erklärt Online-Trainerin Bianca Geurden.



Schnell eine E-Mail schreiben ist praktisch und gehört fest in unseren Alltag. Doch nicht immer ist die Kommunikation per E-Mail der beste Weg. Wenn es um komplexe Themen oder Konflikte geht, kommt es schnell zu Missverständnissen oder Ärger. Online-Trainerin Bianca Geurden von der Kölner Agentur für Freundlichkeit erklärt, warum das so ist und wie Sie es besser machen können.

Warum geht die Kommunikation per E-Mail so oft schief, Frau Geurden?

» **Bianca Geurden:** Problematisch läuft es in der E-Mail-Kommunikation immer dann, wenn es eigentlich einer unmittelbaren Reaktion des Kommunikationspartners und vieler Informationen bedarf. Jedes Medium filtert aber mehr oder weniger Informationen. In E-Mails fallen zum Beispiel Körpersprache und persönliche Wahrnehmung weg. Die Folge: Es entstehen viel schneller und häufiger Missverständnisse als im direkten Gespräch.

E-Mails sind aber schnell und praktisch. Wieso sollte ich nicht in Wut oder Ärger schnell eine Mail an einen Kunden schreiben, dessen Beschwerde mich nervt?

» **Geurden:** Vor allem wenn wir unter Zeitdruck und Stress stehen, schreiben wir einfach drauflos. Im Umgang mit Beschwerden und Konflikten ist es dann nur schwer möglich, Klarheit über das wesentliche Problem zu finden. Welches Bedürfnis und welche Wünsche des Kunden wurden nicht erfüllt?

Geben Sie den ausgeschütteten Stresshormonen nicht die Gelegenheit, Sie zu steuern, sondern fragen Sie sich bewusst: Mit welchen Emotionen schreibt der andere gerade diese E-Mail? Ein solcher Perspektivwechsel hilft dabei, Ihren Kunden zu verstehen und sich wahrgenommen zu fühlen. Besonders gut eignet sich dafür ein persönliches Gespräch. Hier können Sie den Ausgang weitaus besser beeinflussen, zum Beispiel indem Sie Ihre Stimme und Ausdrucksweise anpassen. Zumindest, wenn Sie den Kunden langfristig an sich binden möchten.

Eilig geschriebene E-Mails enthalten oft Fehler oder keine Anrede. Wie wichtig sind solche Formalitäten?

» **Geurden:** Wer sich die Zeit nimmt, die verfasste Nachricht vor dem Absenden noch einmal gründlich durchzulesen und zu prüfen, drückt Wertschätzung für den Empfänger aus. Immerhin machen Sie es ihm so leicht wie möglich, Ihre Nachricht zu lesen und zu verstehen, ohne über Rechtschreibfehler zu stolpern.

Auf der anderen Seite sichern Sie sich dagegen ab, dass keine Missverständnisse entstehen, für die Sie dann wieder Zeit und E-Mails investieren müssen.

Es sei jedoch auch gesagt, dass nicht jeder Mensch über die gleiche Schrift- und Sprachkompetenzen verfügt. Wenn E-Mails Rechtschreib- und Grammatikfehler aufweisen, kann das auch daran liegen, dass der Verfasser Legastheniker ist oder einen mehrsprachigen Hintergrund aufweist. Wer sich vieler einschleichender Fehler im Schriftgebrauch bewusst ist, kann überlegen, bei wichtigen E-Mails eine zweite Person zum Korrigieren einzubeziehen oder auf eine Spracherkennungssoftware mit Textausgabe zurückzugreifen. Der Text wird dann zum Beispiel über Headset eingesprochen und nahezu fehlerfrei ausgegeben.

E-Mails werden nicht nur schnell geschrieben, sondern oft auch schnell gelesen. Wie viele Themen kann ich in einer Mail ansprechen, bevor die Leute abschalten? Gibt es eine Faustregel?

» **Geurden:** Eine Faustregel, wie lang Ihre E-Mail sein sollte und sein darf, gibt es nicht. Überlegen Sie sich jedoch vorab, ob Sie alle anstehenden Themen in einer E-Mail aufgreifen oder in separate E-Mails aufteilen.

Vorteil einer Aufteilung von Themen auf mehrere E-Mails kann sein, dass der Empfänger diese je nach Bearbeitungsstand sortieren kann. Eine gebündelte E-Mail kann wiederum als Übersicht dienen. Wenn Sie mehrere Themen in eine E-Mail packen, dann strukturieren Sie diese. Arbeiten Sie mit Überschriften, heben Sie Wichtiges hervor, nutzen Sie Aufzählungszeichen. Gestalten Sie also auch hier mit Blick auf den anderen.

Stichwort Terminabsprachen: Sollte man hier nicht besser zum Hörer greifen, bevor es viel Hin und Her gibt?

» **Geurden:** Wenn es um einen Termin in naher Zukunft geht: Ja. Denn hier können Sie Ihre Termine durch die schnelle Antwortmöglichkeit schnell abgleichen und Alternativen suchen. Wenn der Termin noch Zeit hat, dürfen es auch einmal mehrere E-Mails sein. So können Sie eine E-Mail schreiben und sich schnell wieder auf die übrigen Tätigkeiten konzentrieren. Jedoch: Sollte es zu Verständnisschwierigkeiten, fehlender Übersicht in der Terminkoordination kommen, dann wechseln Sie das Medium und suchen Sie den direkten Dialog.

In E-Mails entstehen viel schneller Missverständnisse, weil die Körpersprache und die Wahrnehmung wegfallen.

Bianca Geurden,
Online-Trainerin

Fotos: pathdoc - stock.adobe.com | Joerg Saenger



Kommunikation per Mail kann einen in die Verzweiflung treiben: Vor allem bei komplexen oder emotionalen Themen kommt es leicht zu Irritationen.

Per Mail kann ich viele andere gleichzeitig informieren. Wie kann ich entscheiden, wer in cc gesetzt werden sollte?

» **Geurden:** Welche Adressaten Sie in cc setzen, können Sie herausfinden, indem Sie verschiedene Fragen stellen:

- Wer sollte von diesen Informationen wissen? Wer benötigt diese zur Weiterarbeit oder zur Entscheidung?
- Von wem benötigen Sie dazu auch eine Rückmeldung (dann nicht cc, sondern An)?

Bewusste Cc-Setzung hilft dabei, die tagtägliche Flut an elektronischer Post einzudämmen. Cc-Setzung kann aber auch dazu beitragen, Verantwortung schriftlich von sich zu weisen im Sinne von: Du hättest doch auch etwas tun können, Du wusstest doch davon!

Wir empfehlen dazu, im Team zu klären, wer an welcher Stelle involviert und informiert werden sollte und wie Cc-Setzungen gehandhabt werden.

KATHARINA WOLF

BEREIT FÜR JEDE HERAUSFORDERUNG.

MIT EINEM BREITEN SPEKTRUM AN NUTZFAHRZEUGEN SIND SIE MIT FIAT PROFESSIONAL BESTENS FÜR DEN ARBEITSALLTAG GEWAPPNET. DAS ZEIGT AUCH DER FIAT DUCATO, EUROPAS LCV BESTSELLER*. MIT BIS ZU 17 M³ LADEVOLUMEN UND EINER NUTZLAST VON BIS ZU 2.140 KG IST DER FIAT DUCATO SEIT 4 JAHRZEHNEN EIN VERLÄSSLICHER UND STARKER PARTNER.

PROFITIEREN SIE JETZT VON EINEM KUNDENVORTEIL VON BIS ZU 10.000 € NETTO² FÜR LAGERFAHRZEUGE UND SICHERN SIE SICH IHREN FIAT DUCATO KASTENWAGEN.

ANGEBOT NUR FÜR GEWERBLICHE KUNDEN.

¹ 2 Jahre Fahrzeuggarantie und 2 Jahre Funktionsgarantie „Maximum Care Flex 100“ der FCA Germany AG bis maximal 100.000 km gemäß deren Bedingungen.

² Fiat Professional- und Händler-Bonus i. H. v. bis zu 10.000,- € zzgl. MwSt. (Betrag modell- und versionsabhängig). Nachlass, keine Barauszahlung.

* Quelle: Dataforce, Januar 2021

Angebot nur für gewerbliche Kunden, gültig für ausgewählte, nicht bereits zugelassene, Lagerfahrzeuge bis 31.03.2021, solange der Vorrat reicht. Nicht kombinierbar mit anderen Aktionen. Nur bei teilnehmenden Fiat Professional Partnern. Beispielfoto zeigt Fahrzeuge der jeweiligen Baureihe, die Ausstattungsmerkmale der abgebildeten Fahrzeuge sind nicht Bestandteil des Angebots.

So werden Sie empfohlen!

Persönliche Empfehlungen sind glaubwürdig und bringen wertvolle Kundenkontakte. Auch die Online-Empfehlungen nehmen an Bedeutung zu. So meistern Sie Ihr Empfehlungsmarketing.



Empfehlungsmarketing ist für jeden Betrieb ein wichtiges Verkaufsinstrument. Das gilt für persönliche Empfehlungen genauso wie für Online-Empfehlungen, weiß Anne M. Schüller, Autorin und Expertin für Empfehlungsmarketing. Einer Nielsen-Studie zufolge glauben Menschen einer persönlichen Empfehlung zu 78 Prozent und Online-Empfehlungen zu 62 Prozent. „Wenn man jemandem in die Augen schaut, kann man leichter erkennen, ob er die Wahrheit sagt oder nicht“, sagt Schüller. Daher seien persönliche Empfehlungen glaubwürdiger. Online wisse man nicht immer, wie glaubwürdig eine Bewertung



Bitten Sie Ihre Kunden um Empfehlungen.

Anne M. Schüller,
Expertin für Empfehlungsmarketing

sei. Oft gehe es auch um das Zusammenspiel, wenn sich Kunden nach einer persönlichen Empfehlung im Netz informieren – und die Bewertungen dort in ihre Entscheidung einbeziehen.

1. Überraschen Sie Ihre Kunden

Eine Grundvoraussetzung für Empfehlungen sind zufriedene Kunden. Doch das genügt nicht, um eine aktive Empfehlung auszulösen. „Begeistern Sie Ihre Kunden“, sagt Anne M. Schüller. Begeisterung wecke Emotionen und die führten zu Empfehlungen. „Liefere Sie perfekte Dienstleistungen ab und packen Sie eine Schippe drauf“,

Wenn das Netzwerk Neukunden gewinnt



Stefan Ebbecke generiert durch Empfehlungen in einem Unternehmensnetzwerk über 80 Prozent seiner Aufträge. Der Tischlermeister aus Göttingen hat schon oft erlebt, dass Kunden anrufen und nach Empfehlungen für andere Gewerke fragen. „Da

helfe ich gern aus und es ist für mich und andere Betriebe ein tolles Marketing-Instrument“, betont Ebbecke, der sich auf den Bau von Küchen spezialisiert hat. Seit einigen Jahren gehört Ebbecke dem Unternehmensnetzwerk „Business Network International“ (BNI) an. Die Mitglieder treffen sich einmal in der Woche zur Frühstückszeit. Ihr Ziel: „Mehr Umsatz durch neue Kontakte und Geschäftsempfehlungen.“ Für den Tischlermeister geht das Engagement auf. „80 bis 90 Prozent unserer Aufträge kommen über das Netzwerk zustande“, berichtet er. Das wöchentliche Treffen nutze er dazu, seine „Vertriebler“ zu schulen, damit sie für ihn nach Kunden suchen können. Die Vertriebler sind in dem Fall andere Betriebe, die Produkte, Dienstleistungen und die Zielgruppe der Tischlerei genau kennen. Seinen Handwerksbetrieb und neue Dienstleistungen kann Ebbecke anderen Netzwerknern regelmäßig vorstellen und bekommt von ihnen ein Update – auch er empfiehlt die Leistungen anderer Betriebe weiter. „Wir sehen uns nicht als Konkurrenten, sondern als Mitstreiter“, betont Stefan Ebbecke. Ehrlich, offen und vertrauensvoll sei das Verhältnis der Betriebe aus dem Netzwerk untereinander – eine Basis, die aus seiner Sicht Empfehlungen ausmachen. (JA)

Fotos: deagreed - stock.adobe.com | Privat

rät die Expertin. Ein Beispiel: Sie haben ein Bad saniert und fragen nach einer Weile, ob der Kunde mit der Leistung zufrieden ist. Dabei lassen Sie ein paar Badekugeln da oder eine kleine Dekorationsidee.

2. Bitten Sie um persönliche Empfehlungen

Wenn Sie Ihre Empfehlungsrate steigern wollen, sollten Sie Kunden darauf hinweisen, dass sie Ihren Betrieb weiterempfehlen dürfen, zum Beispiel Freunden und Nachbarn. „Fallen Sie nicht mit der Tür ins Haus“, betont Schüller. Passend sei ein dezenter Hinweis, der charmant oder mit einem Augenzwinkern beim Kunden ankommt. Bei Stammkunden könne man das auch direkter sagen. Doch Vorsicht: „Sagen Sie dem Kunden nicht, dass es Ihnen hilft, wenn er Ihre Leistung weitersagt. Sondern betonen Sie, dass auch andere Kunden von einer tollen Handwerksleistung profitieren können“, rät die Expertin.

Laut Schüller eigne sich der Abschluss des Auftrags dazu, einen Hinweis zu geben. „Etablieren Sie den Punkt in der Auftragsabwicklung, dann vergessen Sie ihn nicht.“ Überreichen Sie dem Kunden beispielsweise ein paar Blumensamen für den Garten, wenn Sie die Terrasse oder einen Carport fertiggestellt haben, und laden Sie ihn ein, Sie an Freunde und Bekannte zu empfehlen. „Wer vom Handwerker emotional berührt wurde, gibt gern was zurück“, sagt Schüller.

3. Finden Sie heraus, woher Ihre Kunden kommen

Neben der Steigerung der Empfehlungsrate sollten Betriebe auch in Erfahrung bringen, wie und wo Kunden auf sie aufmerksam geworden sind. „Finden Sie beim Kunden nette Worte und fragen Sie einfach nach“, rät Schüller. „Manchmal kommen die Kunden ins Plaudern und Sie erfahren nicht nur, wer sie empfohlen hat, sondern auch, wo Kunden im Netz nach Empfehlungen suchen.“ Das könne für Ihr strategisches Empfehlungsmarketing hilfreich sein.

4. Tummeln Sie sich im Netz dort, wo Ihre Kunden sind

Für das Empfehlungsmarketing im Netz müssen Sie zunächst wissen, wo man über Sie spricht und was über Sie im Netz verbreitet wird:

- Googeln Sie sich: Suchen Sie im Internet nach Ihrem Betrieb – aber nehmen Sie dafür ein Gerät, mit dem Sie sonst nicht online sind. Denn durch gespeicherte Suchanfragen kann das Ergebnis verfälscht werden.
- Setzen Sie Alerts bei Google: Sie legen Suchbegriffe fest, beispielsweise Ihren Betrieb und Ihren Ort, und wenn diese Begriffe im Netz auftauchen, erhalten Sie eine E-Mail.
- Beobachten Sie die Konkurrenz: Setzen Sie auch Alerts für direkte Wettbewerber und schauen Sie, wie und wo diese bewertet werden.
- Plattformen nutzen: Konzentrieren Sie sich auf die Bewertungsportale, auf denen Sie erwähnt werden. Schauen Sie, was Kunden berichten und wie Sie darauf reagieren können.

5. Pflegen Sie Ihre Online-Auftritte

- Nutzen Sie Google My Business: Füllen Sie Ihr Profil auf Google mit Leben, setzen Sie die Stecknadel auf der Landkarte bei Google My Business und hinterlegen Sie Beschreibungen über Ihre Dienstleistungen und Kontaktdaten.
- Nutzen Sie passende Netzwerke: Gibt es viele Abläufe zu bebildern, gehen Sie auf Instagram oder Pinterest. Gibt es viel zu erläutern oder wollten Sie den Bereich der Erklärvideos besetzen, nutzen Sie YouTube.
- Reagieren Sie auf Online-Bewertungen: nicht nur auf negative, sondern auch auf positive Bewertungen. „Bedanken Sie sich für die Bewertung, das kommt gut an“, weiß Schüller.
- Aktualisieren Sie Ihre Website: Für eine gute Auffindbarkeit brauchen Sie aktuelle Inhalte und Fotos.

6. Sammeln Sie ständig neue Bewertungen

Für die Glaubwürdigkeit im Netz ist es wichtig, dass Sie dort gute Bewertungen erhalten. „Weisen Sie Kunden darauf hin, dass sie auch online eine Bewertung abgeben“, betont Schüller. Sei es bei Google, Facebook oder in Bewertungsportalen wie Yelp.

„Die Währung im Netz ist die Anzahl der Bewertungen“, weiß die Marketing-Expertin. Je mehr Nutzer Sie bewerten, desto besser werden Sie als vertrauenswürdiger und leistungsstarker Betrieb wahrgenommen. MARTINA JAHN

Anzeige



© shintarany / Fotolia.com

Drittes Corona-Steuerhilfegesetz Neue Eckpunkte zu steuerlichen Maßnahmen

Die Koalitionäre, das Bundesfinanzministerium (BMF) und auch die Beratungen zwischen Bund und Ländern haben weitere Eckpunkte zu steuerlichen Maßnahmen hervorgebracht.

So hat der Koalitionsausschuss am 03.02.2021 weitere steuerpolitische Einzelmaßnahmen mit Bezug zur Corona-Pandemie beschlossen. Hierbei stehen erneut steuerliche Erleichterungen für Unternehmen, Konsumenten und private Haushalte mit Kindern im Vordergrund. Insofern werden altbekannte Instrumente aufgegriffen. Im Nachgang zu diesem Beschluss hat das BMF eine Formulierungshilfe für ein Drittes Corona-Steuerhilfegesetz erarbeitet, der mit nur geringfügigen Änderungen am 23.02.2021 vom Finanzausschuss des Bundestages beschlossen worden ist.

Danach ist für 2021 ein (weiterer) einmaliger Kinderbonus vorgesehen; diesmal in Höhe von 150 € je Kind. Diese Maßnahme orientiert sich damit an dem Kinderbonus in Höhe von 300 € aus dem Jahr 2020. Der Kinderbonus soll im Mai 2021 für Kinder, für die in 2021 insgesamt in mindestens einem Monat ein Kindergeldanspruch besteht, ausbezahlt werden.

Der bisher geltende steuerliche Verlustrücktrag für die Jahre 2020 und 2021 soll auf maximal 10 Mio. € (bei Zusammenveranlagung Verdopplung auf 20 Mio. €) angehoben werden.

Die bisher geltende zeitliche Befristung des ermäßigten Umsatzsteuersatzes auf erbrachte Restaurant- und Verpflegungsdienstleistungen soll bis zum 31.12.2022 verlängert werden, da infolge des Lockdowns die bisher geltende Sonderregelung zu keinen spürbaren Effekten führen konnte.

Auf der Konferenz der Bundeskanzlerin mit den Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder am 19.01.2021 wurde u. a. festgehalten, dass „zur weiteren Stimulierung der Wirtschaft und zur Förderung der Digitalisierung [...] bestimmte digitale Wirtschaftsgüter rückwirkend zum 1. Januar 2021 sofort abgeschrieben [werden können].“ Damit können insoweit die Kosten für Computerhardware und Software zur Dateneingabe und -verarbeitung zukünftig im Jahr der Anschaffung oder Herstellung steuerlich vollständig berücksichtigt werden.“

In der Folge wurde das BMF-Schreiben vom 26.02.2021 erarbeitet („Nutzungsdauer von Computerhardware und Software zur Dateneingabe und -verarbeitung“), in dem für Computerhardware inklusive der Peripheriegeräte sowie für die erforderliche Software zum Betrieb und zur Nutzung der Hardware eine betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer von einem Jahr bestimmt wird. Der Begriff „Software“ im Sinne dieses Schreibens erfasst die Betriebs- und

Anwendersoftware zur Dateneingabe und Datenverarbeitung (auch Individualsoftware). Die Sofortabschreibung gilt erstmalig für ab dem 01.01.2021 angeschaffte Hard- und Software; der Restbuchwert von in früheren Jahren angeschafften Wirtschaftsgütern kann voll abgeschrieben werden.

Die Verabschiedung des Dritten Corona-Steuerhilfegesetzes durch den Bundesrat bleibt abzuwarten.

Bei Fragen sprechen Sie uns gern an!



Dipl.-Finanzwirt (FH)
Björn Brüggemann, Steuerberater, ist Fachberater für Unternehmensnachfolge (DStV e.V.) und Partner bei VOSS SCHNITGER STEENKEN BÜNGER & PARTNER in Oldenburg
bjoern.brueggemann@obic.de



www.obic.de

Die Berater.



VOSS SCHNITGER STEENKEN BÜNGER & PARTNER
STEUERBERATER • RECHTSANWALT • VEREIDIGTER BUCHPRÜFER • WIRTSCHAFTSPRÜFER • PARTG IMBB

OBIG REVISION GMBH
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESellschaft



26129 Oldenburg · Ammerländer Heerstr. 231 · Telefon: 04 41 - 97 16 - 23 02 | Beratungsbüros in Oldenburg · Bremen · Remels (Ostfriesland) · Twist (Emsland)



Fotos: Privat | vintstudio - stock.adobe.com

So kaschieren Sie eine schlechte Noten

Um etwas dagegen zu tun, dass eine schlechte Google-Bewertung bei Kunden den Ersteindruck Ihres Unternehmens bestimmt, hat David Rölleke folgenden Tipp: Geben Sie Google etwas Geld. Wird Ihr Unternehmen über Google gesucht, verdrängen Sie so das My-Business-Suchergebnis mit der schlechten Bewertung vom ersten Platz der Ergebnisliste. „Für einen sehr geringen Betrag können Sie bei Google Adwords dafür sorgen, dass Ihre Website ganz oben steht, wenn jemand über die Suchmaschine Ihr Unternehmen sucht“, erklärt Rölleke. So sichern Sie sich die vorderste Ergebnisposition für einen Inhalt, den Sie selbst bestimmen; Ihr My-Business-Eintrag wird erst darunter angezeigt.

Richtig auf schlechte Bewertung reagieren

Und wie sollten Sie mit negativen Bewertungen umgehen? „Wenn eine negative Bewertung online ist, müssen Sie antworten“, sagt Rölleke. Handelt es sich um eine gerechtfertigte Bewertung eines echten Kunden, helfe es nur, Stellung zu beziehen.

Entspricht die Bewertung nicht der Wahrheit und der Kunde ist bekannt, sei die schnellste Art, einen Anwalt einzuschalten. Der könne den Kunden über die rechtlichen Folgen seiner falschen Bewertung aufklären und ihn so dazu bewegen, sie selbst zu löschen.

Ein Alternativweg bei falschen Bewertungen könne sein, sie löschen zu lassen. Dafür gebe es verschiedene Dienstleister, die sich auf solche Problemfälle und die Kommunikation mit Google spezialisiert haben. In der Praxis dauere eine Löschung laut Rölleke vier bis sechs Wochen. Souveräne Anbieter würden nur eine Bezahlung verlangen, wenn die Löschung erfolgreich war.

Richtig antworten auf anonyme Kritik

Auch wenn Sie sich gegen die aufwendige Löschung einer anonymen Bewertung entscheiden: Unbeantwortet sollten Sie sie nicht lassen. „In der Praxis ist es leider oft so, dass sich die Konkurrenz aktiv einmisch, um die Reputation eines Wettbewerbers zu schädigen“, sagt Rölleke. Er rät dazu, auf solche Bewertungen zu antworten.

Doch wie formulieren Sie eine passende Antwort, wenn ein anonymen Bewerter, der nie zu Ihren Kunden zählte, eine schlechte Bewertung abgegeben hat? David Rölleke nennt ein Beispiel: Ein „Herr Dose“ hat in Ihrem Google-Profil einen negativen Beitrag geschrieben. Eine charmante, persönliche Antwort, mit der Sie die Leser der Bewertungen auf Ihre Seite ziehen, könne laut Rölleke so aussehen: „Lieber Herr Dose, in unserer Kundenkartei gibt es Ihren Namen leider nicht. Daher gehen wir davon aus, dass Sie nicht zu unseren Kunden zählen, sondern unserem Unternehmen ausschließlich Schaden zufügen wollen. Wir haben viele zufriedene echte Kunden, die wir gerne glücklich machen. Die Kommunikation mit virtuellen Persönlichkeiten gehört jedoch nicht zur Hauptaufgabe unserer Geschäftsführung. Für ein persönliches Gespräch sind wir aber jederzeit offen, Herr Dose.“ DENNY GILLE ■

Eine schlechte Google-Bewertung kommt gerne anonym und ist für Kunden bestens sichtbar. So schwächen Sie ihre Wirkung.

Die wohl mächtigste Unternehmensbewertung im Netz ist die Google-Bewertung. Warum ist sie so mächtig? In den vergangenen zwölf Monaten hatte die Google-Suchmaschine bei den Suchanfragen in Deutschland laut der Statistikseite statcounter.com einen Marktanteil von rund 94 Prozent.

Suchen Sie über die mobile Google-Suche mal einen beliebigen Handwerksbetrieb, ein Restaurant oder andere lokale Unternehmen. Was wird Ihnen ganz oben auf Ihrem Smartphone angezeigt? Der My-Business-Eintrag des Unternehmens! Der besteht in den ersten drei Zeilen aus Unternehmensnamen, Google-Bewertung, Adresse.

Problem: Sobald jemand eine schlechte Bewertung auf Ihrem Profil hinterlässt – sei es, weil er sich über Sie geärgert hat oder schlicht das Ziel verfolgt, Ihnen zu schaden –, werden andere Kunden, die per Google nach Ihnen suchen, unweigerlich auf diese Bewertung gestoßen.

Wie Sie die Wirkung schlechter Google-Bewertungen abmildern und sich gegen falsche Bewertungen zur Wehr setzen, weiß Reputationsmanager David Rölleke.



Jeder unzufriedene Kunde ist bereit, eine negative Bewertung abzugeben.

David Rölleke, Reputationsmanager

Bauen Sie eigene Referenzen auf

Rölleke rät Betrieben grundsätzlich davon ab, Kunden zu einer Bewertung auf Plattformen wie Google zu ermutigen. Grund: „Wer die Leute einlädt, seinen Betrieb bei Google zu bewerten, der lädt auch unzufriedene Kunden zu Bewertungen ein“, sagt Rölleke. „Jeder unzufriedene Kunde ist bereit, eine negative Bewertung abzugeben, aber nur sehr wenige zufriedene Kunden machen sich die Mühe, eine positive Bewertung zu schreiben.“ So entstehe schnell ein Ungleichgewicht zwischen der wahren Zufriedenheit der Kunden und dem, was die Online-Bewertungen aussagen.

Stattdessen empfiehlt er: „Holen Sie Referenzen und gute Kundenbewertungen auf Ihre eigene Website.“ Seine Empfehlung: Zeigen Sie Ihre zufriedenen Kunden mit Portraitfotos und einigen aussagekräftigen Zitaten zur Leistung Ihres Unternehmens. „Diese Erfolgsgeschichten helfen Ihnen, sich gegen schlechte Bewertungen zu schützen und Ihre Reputation zu wahren“, sagt Rölleke. Das wird umso wichtiger, wenn zum Beispiel eine schlechte Google-Bewertung Ihr Unternehmens-Profil schmälert.



Mit dem **Newsletter** von handwerk.com informiere ich mich zwei Mal pro Woche verlässlich über aktuelle Themen aus Bereichen wie Recht, Steuern, Personal oder Marketing & Werbung.

Holger Kewitz,
Fliesen Cussler GmbH, Hannover

Jetzt anmelden!



handwerk.com/newsletter



Unternehmer und Fuhrparkverantwortliche müssen bei der Finanzierung an der Kostenstellschraube drehen. Viele Faktoren sind zu beachten.

Kaufen, leasen, mieten oder abonnieren?

Welche Finanzierungsformen gibt es für Fuhrparks? Die Frage der Fahrzeugfinanzierung ist immer auch eine Frage der wirtschaftlichen Flexibilität.

Wann eignen sich Kauf, Leasing, Miete oder Autoabo für den Fuhrpark? Diese Frage wird sehr oft in den Seminaren unserer Kollegen von der bfp AKADEMIE von den Teilnehmern gestellt. Häufig ist sie für Unternehmer sowie Fuhrparkverantwortliche Inhalt einer grundsätzlichen Diskussion zur strategischen Ausrichtung ihres Fuhrparks. Lassen Sie uns die einzelnen Varianten beleuchten.

Mitsprache der Mitarbeiter

In den Seminaren berichten die Teilnehmer häufig von ihren Erlebnissen mit Dienstwagenberechtigten. Abseits der Funktionsflotten müssen die Fuhrparkverantwortlichen mit Geschäftsführung und Mitarbeitern zahlreiche Diskussionen über die konkrete Form der betrieblichen Mobilität führen. Denn die Mitarbeiter, gerade die Nutzer, haben gewisse Vorstellungen und Ansprüche bei der Fahrzeugwahl und der individuellen Mobilität. Vielleicht finden Sie die eine oder andere der folgenden Aussagen aus Gesprächen mit Ihren Mitarbeitern wieder:

- „Mir steht ein neues Auto zu, welches ich nach meinen Wünschen ausstatte.“
- „Bei der Ein-Prozent-Besteuerung auf den Bruttolistenpreis akzeptiere ich keine Gebrauchtwagen.“
- „In Zeiten von Corona haben wir sehr strenge Hygienevorschriften für unseren Fuhrpark.“

- „Aus Gründen der Nachhaltigkeit fahren wir die Fahrzeuge nicht länger als 36 Monate.“
- Im Zuge der „War for Talents“-Situation benötigen wir eine attraktive Car Policy.“
- „Wir verfügen nicht über die Erfahrung sowie die Ressourcen, um Fahrzeuge zu verwerten.“
- „Full-Service-Leasing ist mehr als eine Finanzierungsform.“

Diese teilweise emotional geführten Gespräche haben auch Auswirkungen auf die Beschaffungsform.

Full-Service-Leasing im Fuhrpark

Das (Full-Service-) Leasing hat sich von einer steuerlich begünstigten Finanzierungsform über die Hinzunahme von Servicekomponenten (Wartung, Reparatur, Reifenersatz) zu einem „Sorglos-glücklich-Paket“ entwickelt, da – ähnlich wie in einer Versicherung – nahezu alle Kosten über die Vertragslaufzeit gedeckt sind. Hinzu kommt, dass das Fahrzeug in der Regel nach Ende der Leasinglaufzeit an den Leasinggeber zurückgeht. Dadurch muss sich das Unternehmen nicht um den Verwertungsprozess kümmern.

Durch den Markteintritt der sogenannten Captives, also der Hersteller-Leasinggesellschaften, haben sich auch neue Absatzstrategien für die Hersteller entwickelt. So haben verdeckte Subventionen für die Finanzierungsrate sowie Wartungspakete in den Flottenmarkt Eintritt erhalten. Durch die laufzeitabhängige Steuerung dieser Maßnahmen durch die Captives, zum Beispiel durch Verträge über

18 Monate, wird ebenfalls Einfluss auf die Absatzsteuerung genommen.

Für wen lohnt sich der Kauffuhrpark?

Der Kauf von Fahrzeugen kann in einer anhaltenden Niedrigzinsphase je nach strategischer Unternehmensausrichtung eine durchaus interessante Alternative zu allen Finanzierungsformen darstellen. Allerdings mit den damit einhergehenden Konsequenzen, dass die vorgenannten Annehmlichkeiten des Full-Service-Leasings wegfallen. Häufig ist der Aspekt der Aussteuerung von Fahrzeugen aus dem Fuhrpark, besonders die Vermarktung des gebrauchten Dienstwagens, mit viel Arbeitsaufwand verbunden. Dafür fehlt meist das Fachpersonal, das die Prozesse und Verwertungsstrategien kennt. Weshalb Unternehmen sich dann für die Full-Service-Variante entscheiden. Insbesondere bei größeren Fuhrparks ist dies zu beobachten.

Viele Unternehmen insbesondere im Nutzfahrzeugbereich wählen diese Variante, sofern die Fahrzeuge einer starken Belastung unterworfen sind und die Fahrzeuge „bis zum letzten Tag“ genutzt werden.

Wozu sind Mietfahrzeuge geeignet?

Gemietete Firmenwagen können im Fuhrpark zu verschiedenen Zwecken eingesetzt werden. Sie können für eine gewisse Flexibilität im Fuhrpark sorgen. Man unterscheidet zwischen Langzeitmiete und Kurzzeitmiete. Für diesen Service gibt



Durch den Markteintritt der Hersteller-Leasinggesellschaften haben sich auch neue Absatzstrategien für die Hersteller entwickelt.

es verschiedene Lösungen für Fuhrparks, die von klassischen Mietwagenanbietern, Werkstätten und Leasinggesellschaften angeboten werden. Die Fahrzeugmiete findet sich in folgenden klassischen Segmenten wieder:

- Interimsbedarf, zum Beispiel während der Probezeit oder im Rahmen von zeitlich befristeten Projekten,
- Unfallersatzbedarf,
- für Geschäftsreisen als ergänzendes Verkehrsmittel oder für die vollständige Reise.

Gibt es auch das Autoabo für Fuhrparks?

Das Autoabo ist eine Art Mix aus Full-Service-Leasing und Langzeitmiete. Es hat den Vorteil, dass die größten Kostenpunkte beim Anbieter liegen und nicht direkt vom Nutzer des Abos getragen werden müssen. Ein solches Abo eignet sich für Kunden, die kein Fahrzeug kaufen wollen oder können, denen das Leasing zu langfristig ist und Carsharing zu kurzfristig. **CHRISTIANE ENGEL**

Weitere Infos: In den Seminaren der bfp AKADEMIE mit Schwerpunkt Fuhrparkmanagement beleuchten die Kollegen die verschiedenen Beschaffungsformen von Fuhrparkfahrzeugen. Neben den Finanzierungsformen gilt es, auch einen Blick auf den betrieblichen Mobilitätsbedarf der Mitarbeiter zu werfen. Und natürlich auf die Frage, wie sich Fuhrparkkosten senken lassen.

Flottenaustauschprogramm für Lkw

Die Bundesregierung bezuschusst die Anschaffung neuer Lkw mit bis zu 15.000 Euro, wenn Unternehmer gleichzeitig alte Fahrzeuge verschrotten.

Bis zu 15.000 Euro Förderung können Unternehmen von der Bundesregierung erhalten, die sich fabrikneue Lkw der aktuellen Abgasstufe Euro VI anschaffen oder Lkw, die elektro- oder wasserstoffbetrieben sind. Voraussetzung: Sie verschrotten gleichzeitig einen alten Lkw der Abgasstufen Euro 0 bis Euro V/EEV. Das Förderprogramm beinhaltet zudem einen Zuschuss von bis zu 5.000 Euro, höchstens jedoch 60 Prozent der Anschaffungskosten, für die Anschaffung

sogenannter intelligenter Trailer-Technologie, zum Beispiel Technologien zur Reifendruckmessung oder zur digitalen Ansteuerung für Auflieger und Anhänger oder aerodynamische Anbauteile.

Konkrete Bedingungen für die Förderung nennt Bundesverkehrsminister Andreas Scheuer:

- Das angeschaffte Neufahrzeug muss der Fahrzeugklasse N2 oder N3 entsprechen und über eine zulässige Gesamtmasse von wenigstens 7,5 Tonnen verfügen.
- Die neuen Lkw müssen aus Gründen der Verkehrssicherheit über ein Abbiegeassistenzsystem verfügen.
- Die Anträge können ausschließlich digital an das Bundesamt für Güterverkehr (BAG) übermittelt werden (antrag-gbbmvi.bund.de).

Das Antragsverfahren beschränkt sich auf eine überschaubare Anzahl an erforderlichen Nachweisen. Die Bewilligungen erteilt das BAG. Die Antragsfrist läuft seit dem 26. Januar 2021 und endet mit Ablauf des 15. April 2021. (JA)



Zusätzlich fördert die Bundesregierung auch die Anschaffung intelligenter Trailer-Technologie.

Foto: haseidesign - stock.adobe.com

Jobticket ist nicht immer lohnsteuerpflichtig

Ein Arbeitgeber soll für die Lohnsteuer haften, weil er vergünstigte Jobtickets spendiert. Doch er hat ein schlagkräftiges Argument.

Der Fall: Ein Arbeitgeber bot seinen Mitarbeitern ein vergünstigtes Jobticket für den Personennahverkehr an. Mit dieser Maßnahme wollte er den Parknotstand auf seinem firmeneigenen Parkplatz lindern.

Mit dem Verkehrsverbund handelte der Arbeitgeber zu diesem Zweck einen günstigen Preis aus, zu dem er das Jobticket den Arbeitnehmern anbieten konnte. Den von den Beschäftigten zu zahlenden Ticketpreis zog er über die Lohnabrechnung ein.

Das Finanzamt bewertete den Preisvorteil jedoch lohnsteuerlich als Sachbezug und geldwerten Vorteil und nahm den Arbeitgeber mittels eines Lohnsteuerhaftungsbescheides in Anspruch.

Das Urteil: Das Hessische Finanzgericht gab dem Arbeitgeber recht. Bei

der verbilligten Überlassung der Jobtickets handele es sich nicht um einen lohnsteuerpflichtigen Arbeitslohn, da das Jobticket keine Prämie oder Belohnung für eine Arbeitsleistung darstelle. Vielmehr habe der Arbeitgeber so die angespannte Parkplatzsituation entschärfen wollen. Vorteile dieser Maßnahme für die Beschäftigten spielten keine entscheidende Rolle. Zudem seien ja auch die Parkplätze kostenfrei zur Verfügung gestellt worden, ohne dass dies eine Lohnversteuerung nach sich gezogen hätte. (JW)

Hessische Finanzgericht:

Entscheidung vom 25. November 2020, Az. 12 K 2283/17

In dem Fall ist eine Nichtzulassungsbeschwerde beim Bundesfinanzhof unter dem Az. VI B 5/21 anhängig.



Foto: stokkete - stock.adobe.com

Steuerfrei in Öffis unterwegs: Liegt ein Jobticket im betrieblichen Interesse, fällt keine Lohnsteuer an.

**WEIL IHRE HÄNDE
WICHTIGERES ZU TUN
HABEN, ALS ALLES
SELBST IN DIE HAND
ZU NEHMEN.**

Gemeinsam anpacken.

Stärken Sie Ihre Mitarbeiter und Ihr Unternehmen mit dem betrieblichen Gesundheitsmanagement der IKK classic. Zusätzlich gibt es 500 Euro Bonus. Mehr Infos unter www.ikk-classic.de/bgm

**Aktuelles für
Betriebsinhaber und
Versicherte**

Tipps und Tricks

**Onlineseminar „Minijobs – Alles rund
um das Thema Aushilfen“**

Fehler bei der versicherungsrechtlichen Beurteilung von Aushilfen oder fehlende Aufzeichnungen können teuer werden. Im kostenlosen IKK Onlineseminar „Minijobs – Alles rund um das Thema Aushilfen“ erklärt IKK Experte Stefan Jung anhand verschiedener Beschäftigungsarten wie Sie die Regelungen zur Versicherungspflicht und -freiheit von Aushilfen rechtssicher umsetzen und so Nachforderungen und Haftungsrisiken vermeiden.

Termin: Donnerstag, 08.04.2021 um 11 Uhr

Einfach unter www.ikk-classic.de/seminare anmelden. Zugangsdaten und alle weiteren Informationen kommen per E-Mail. Benötigt wird ein PC mit Internetzugang und Lautsprecher bzw. Kopfhöreranschluss.

Die Teilnehmer können während des Seminars Fragen im Online-Chat stellen. Im Anschluss werden dann alle Fragen beantwortet.

Herausforderung für die Ohren:

In-Ear-Kopfhörer

Ob morgens auf dem Weg zur Arbeit, beim Sport oder Spaziergang: Musik ist für die meisten Menschen ein ständiger Begleiter. Für unsere Ohren sind aber vor allem In-Ear-Kopfhörer eine Herausforderung. Denn die ergonomischen Knöpfe schieben das Ohrschmalz tiefer ins Ohr und regen die Bildung des Sekrets an – genau wie beispielsweise Wattestäbchen.



Foto: © suphaskorn thongwongboot / 123rf

Das Gleiche passiert beim Tragen von In-Ear-Hörgeräten oder gewöhnlichen Ohrstöpseln, die in manchen Handwerksberufen als Gehörschutz unverzichtbar sind. Hinzu kommt: Vor allem die sporttauglichen In-Ear-Kopfhörer sitzen so passgenau im Gehörgang, dass die Luftzufuhr unterbrochen wird – das ist bei Technologien wie Noise Cancelling wichtig, um Umgebungsgläusche auszublenden. Über eine längere Tragedauer hinweg sammeln sich Wärme und Feuchtigkeit im Gehörgang und bieten Pilzen, Bakterien und Milben eine ideale Umgebung. Deswegen rät der Deutsche Berufsverband der Hals-Nasen-Ohrenärzte e.V. (BVHNO) Menschen, die regelmäßig In-Ear-Kopfhörer, ein Hörgerät oder Ohrstöpsel tragen oder an übermäßiger Ohrschmalz-Produktion leiden, die Reinigung ihrer Ohren einem HNO-Arzt zu überlassen. Die Behandlung erfolgt im Schnitt alle drei bis sechs Monate.

Mehr zum Thema Ohrhygiene finden Sie im IKK Onlinemagazin: www.ikk-classic.de/ohrhygiene

**Gendermedizin: Warum Frauen und Männer
anders krank sind**

Die Medizin behandelte Frauen und Männer lange gleich, obwohl sie bei ein und der selben Krankheit unterschiedliche Symptome haben können und viele Medikamente anders wirken. Doch das ändert sich mit der Gendermedizin, die insbesondere die biologischen Unterschiede der Geschlechter berücksichtigt. Gendermedizin ist noch eine sehr junge Disziplin. Erst seit den 90ern gibt es die Diskussion, den Startschuss setzte die amerikanische Kardiologin Marianne Legato 1991 mit ihrem Buch „The Female Heart: The Truth about Women and Heart Disease“ (Das weibliche Herz: Die Wahrheit über Frauen und Herzerkrankungen).

Sie entdeckte, dass Frauen andere Symptome bei einem Herzinfarkt zeigen als Männer. Neben der Diagnose, die geschlechtsspezifische Unterschiede oft nicht berücksichtigt, kann es auch bei der Behandlung zu Schwierigkeiten kommen: Die meisten Medikamente und Krankheiten wurden in der Vergangenheit an Männern erforscht, obwohl sich Wirkung und Nebenwirkungen der Arzneimittel bei Frauen teilweise deutlich unterscheiden – oft zu ihrem Nachteil. Trotzdem kommt das Thema erst langsam in der Medizin und in der Ausbildung der medizinischen Berufe an. Studieren kann man Gendermedizin als Mastermodul in Österreich, zum Beispiel an der Medizinischen Universität in Wien. In Deutschland betreibt die Charité ein Institut für Geschlechterforschung in der Medizin.

Lesen Sie im IKK Onlinemagazin warum Gendermedizin so wichtig ist, welche Schwierigkeiten auftreten können und warum auch Männer davon profitieren:
www.ikk-classic.de/gendermedizin

Von Machern für Macher:

IKK classic lädt zur digitalen Woche im April ein

Online, interaktiv und live: Die IKK classic in Niedersachsen und Hamburg präsentiert vom 12. bis 16. April ihre erste digitale Woche für Macher im Handwerk. An fünf Tagen dreht sich alles um starke Betriebe und gesunde Mitarbeiter. Arbeitgeber können gezielt die Web-Angebote herausuchen, die ihren Tatendrang in die gewünschte Richtung lenken. Die Teilnahme ist kostenfrei.

Wie hat sich die Kommunikation durch den digitalen Wandel verändert? Wie vermeide ich Fehler bei Kundenberatungen per Video-Chat oder Abstimmungen mit Mitarbeitern via E-Mail und Messenger? Brauche ich einen Knigge 2.0? Antworten gibt eines der Online-Seminare während der digitalen Woche der IKK classic.

Andere Angebote geben Tipps zur erfolgreichen Teambuilding und Mitarbeitermotivation oder vermitteln Techniken, die helfen, sich selbst von außen zu betrachten, um so besser die persönliche Wirkung auf andere einschätzen zu können.

Die Macher von der IKK classic haben den Stundenplan für die digitale Woche mit verschiedenen Themen und Veranstaltungsformaten gefüllt. Gemeinsam haben alle Online-Angebote, dass sie speziell für die Wirtschaftsmacht von nebenan organisiert wurden.

„Entscheidend war für uns die Frage: Bringt es einen handfesten Nutzen für Handwerksbetriebe?“, berichtet IKK classic-Landesgeschäftsführer Andreas Schönhalz. Das Ergebnis ist ein Programm voller Seminare, Gesprächsrunden und Vorträge, aus dem sich jeder Teilnehmer die für ihn relevanten Themen herausuchen kann.

Als Referenten werden die Experten von der IKK classic von ausgewiesenen Fachleuten von außen unterstützt. „Wir konnten für unsere erste digitale Woche für Macher im Handwerk spannende Redner gewinnen“, freut sich Schönhalz. „Ein Blick ins Tatendrang-Programm lohnt sich in jedem Fall.“

Von Insiderwissen profitieren

Nutzen Sie die Möglichkeit und kommen Sie mit Praktikern ins Gespräch. Stellen Sie Fragen im Chat, die Ihnen unter den Nägeln brennen. Egal, ob Sie etwas zur Beitragsberechnung, dem Meldeverfahren oder Leistungen der gesetzlichen Krankenversicherung wissen wollen, Führungskräfte der IKK classic in Niedersachsen und Hamburg stehen Ihnen live vor der Kamera Rede und Antwort.

Auch aktuelle Entwicklungen kommen dabei nicht zu kurz. Durch die Corona-Pan-



Foto: © Andriy Popov / 123rf

Kundenberatung per Videochat will gelernt sein: Fragen und Antworten zu neuen Kommunikationstechniken gibt es bei der ersten digitalen Woche für Macher im Handwerk.

demie hat der Gesetzgeber immer wieder Rahmenbedingungen geändert sowie eine Vielzahl von Gesetzen und Verordnungen erlassen oder angepasst – auch in der Sozialversicherung. Die IKK-Fachleute haben den Überblick und geben ihr Wissen gern weiter.

Gesundheitsförderung im Praxistest

Wollen Sie wissen, wie betriebliches Gesundheitsmanagement im wahren Leben funktioniert? Was es kostet? Ob es tatsächlich Fachkräfte an den Betrieb bindet oder den wirtschaftlichen Erfolg steigern kann? Dann schalten Sie den Praxis-Talk ein, bei dem eine IKK classic-Gesundheitsmanagerin von ihren Erfahrungen in großen und kleinen Handwerksbetrieben in Niedersachsen berichtet.

An Ihrer Seite ist eine Arbeitgeberin, die bereits mehrfach für ihre Gesundheitsförderung

im Betrieb ausgezeichnet wurde. Alle Teilnehmer sind eingeladen, sich an der Diskussion zu beteiligen. Sie können nachhaken und Fragen stellen oder auch Ihre Erfahrungen teilen.

Arbeitgeber, die erst einmal testen wollen, ob Angebote zur Gesundheitsförderung in ihrer Belegschaft auf Interesse stoßen, können dies mit einem IKK-Gesundheitstag machen. Mobile Teams der IKK classic kommen dafür in die Werkstatt oder auf die Baustelle und bringen das notwendige Equipment gleich mit. Was alles an einem Gesundheitstag passieren kann und was Ihre Mitarbeiter davon haben, demonstrieren erfahrene IKK-Gesundheitsmanager in einem weiteren Seminar live vor der Kamera.

Ein wichtiges Instrument im betrieblichen Gesundheitsmanagement, das zudem unge- nutzt Potenzial im Unternehmen offenbaren

kann, ist die Mitarbeiterbefragung. Auch für dieses Thema hat die IKK classic einen Termin in der digitalen Woche „Tatendrang“ reserviert.

Infos und Anmeldung

Alle Seminare sind kostenfrei und werden live übertragen. Teilnehmer können sich per Online-Chat aktiv beteiligen. Informationen und Anmeldung unter www.ikk-classic.de/tatendrang oder per QR-Code.



Positiv denken

Wie wir die Krise im Kopf bewältigen

Beim Blick in die Zukunft sehen viele derzeit kein klares Bild. Die Corona-Krise liegt wie ein grauer Schleier über den kommenden Monaten, auch die langfristigen Auswirkungen für die Gesellschaft sind noch unklar.

Kaum eine andere Krise hat so stark in unseren Alltag eingegriffen, jeder ist direkt betroffen. Und das in verschiedener Hinsicht: Ob Sorge um eine Infektion, die Gesundheit der Familienmitglieder oder finanzielle Engpässe aufgrund von Kurzarbeit oder Arbeitslosigkeit – jeder Einzelne kämpft an verschiedenen Fronten und hat dabei eigene Gedanken und Gefühle. Wichtig ist, sich nicht entmutigen zu lassen, sondern positiv nach vorne zu schauen.

Positiv denken lernen

Selbstverständlich bedeutet positives Denken nicht, die Dinge schönzureden oder die Realität aus den Augen zu verlieren. Und Zweifel und Ängste sind wichtige Gefühle, die uns vor Fehlentscheidungen schützen können. Doch oft lasten negative Gedanken schwerer auf unserem Gemüt, sodass die guten Seiten etwas aus dem Blick geraten.

Beim positiven Denken geht es also darum, seine momentane Situation zu akzeptieren und trotz der Krisenerfahrung den Kopf nicht in den Sand zu stecken. Das heißt: eine gesunde Balance zu finden. Und das kann man lernen.

Positiv auf den Tag zurückblicken

Oft kann ein regelmäßiger Tagesrückblick ein Stimmungsaufheller sein, bei dem Sie auf Ihre Errungenschaften oder abgehakten Aufgaben

der vergangenen Stunden blicken. Damit fokussieren Sie sich auf positive Gedanken: also auf die Dinge, die Sie geschafft haben und nicht auf das, was Ihnen dabei im Weg stand oder worüber Sie sich geärgert haben.

Positiv denken bedeutet in dem Fall auch eine realistische Einschätzung der eigenen, kleinen Erfolge: Denn meist nimmt man die Hürden, die einem im Weg stehen, nach ein paar Anläufen dann doch.

Reden Sie mit positiven Menschen

Jede Situation hat ihre Licht- und Schattenseiten. Positiv denken bedeutet auch, dass Sie sich nicht von Schwarzmalern die Laune verderben lassen. Fällt es Ihnen schwer, positiv zu denken, sollten Sie mit positiv eingestellten Menschen sprechen. Deren lebensfrohe Art kann Ihre Stimmung gleich ein wenig aufhellen und Sie von negativen Gedanken abbringen.

Vergleichen Sie sich nicht mit anderen

Es gibt Menschen, die bewältigen eine Krise von außen gesehen mit einem Fingerschnippen. Das kann auch daran liegen, dass sie einfach die besseren Voraussetzungen haben: Den optimaleren Wohn- oder Firmenstandort, das größere Haus oder einfach mehr Geld. Doch eigentlich könnten Sie sich auch mit Menschen vergleichen, denen es schlechter geht.

Noch besser ist, das gar nicht zu tun. Denn positiv denken heißt auch, die eigenen Erfolge wertzuschätzen. Jeder hat in seinem Leben ganz verschiedene Herausforderungen gemeistert, dafür darf sich jeder Einzelne auch mal auf die Schulter klopfen. Blicken Sie besser auf Ihre persönlichen Meilensteine



Foto: © Jozef Polc / 123rf

„Momentane Situationen akzeptieren und trotz Krise die guten Seiten im Blick behalten.“

zurück, die Sie erreicht haben, als sich mit anderen zu vergleichen.

Achten Sie auf Ihre Grenzen

Jeder Mensch hat seine eigenen Bedürfnisse und Punkte, an denen es nicht mehr weitergeht. Diese sollten im Zusammenleben respektiert werden. Doch auch jeder Einzelne sollte seine eigenen Grenzen kennen und akzeptieren. Achten Sie auf sich selbst und machen Sie anderen klar, was Ihnen wichtig ist.

Das können schon die kleinen Dinge sein. Ob tägliche Rituale wie die Kaffeepause am Nachmittag, nicht 24 Stunden am Tag für alle

erreichbar zu sein oder das Tragen bequemer Kleidung nach Feierabend. Aber auch allgemeine Regeln des Lebens wie ein respektvoller Umgang miteinander können eine Rolle spielen – achten Sie darauf, dass Sie nicht ständig auf die Dinge verzichten müssen, die Ihnen wichtig sind.

Denn zum positiven Denken braucht es auch eine Atmosphäre, in der Sie sich wohl fühlen. Auch diese können Sie sich schaffen.

Weitere Tipps zum Thema finden Sie im IKK Onlinemagazin:
www.ikk-classic.de/positiv-denken

Allradler mit kernigem Auftritt

Der Transit Trail kommt aus Köln angeritten. Mit Allradantrieb, 170 PS und höhergelegtem Fahrwerk ist er für die Baustelle wie geschaffen.

Der Ort, wo hart gearbeitet wird, sind die Schultern breiter und der Stand stabiler. Was sich wie eine alte Handwerkerweisheit liest, mag im übertragenen Sinne auf den Transit Trail von Ford zutreffen. Der 3,5-Tonner wühlt sich mit allen vier durch Sand und Matsch und macht mit markantem Kühlergrill auf sich aufmerksam.

Lange hat der amerikanische Konzern in Europa versucht, eine dezente bis biedere Gangart in den Nutzfahrzeugklassen zu fahren, während bei den Amerikanern das bullige Gesicht der F-Pick-up-Serie doch ikonisch für die Ford-Trucks ist. Mit den vier großen Markenlettern über die dunkle Nase gezogen wird der höhergelegte Transit Trail jedenfalls umso mehr zum Truck. Dunkle 16-Zoll-Felgen und Kunststoffverkleidungen mit Trail-Schriftzug peppen die seitliche Sickenreppe auf. So ausgestattet trumpft der Ford mit einem intelligenten Allradantrieb auf, der die 170-Diesel-PS des Transit Trail bei Bedarf auf alle vier verteilt. Bis zu 50 Prozent der Leistung landen dann auf der Vorderachse. Fahrprogramme helfen bei Bedarf auf matschigem Untergrund aus.

Kurze Wege und später Schub

Die Schaltwege sind kurz gehalten und die Gänge kurz übersetzt. So kann sich der Transit, der ohne eine Untersetzung oder üppige Offroad-Gimmicks auskommen muss, auch selbstständig aus mancher Schlammfütze befreien. Doch der Turbo kommt erst spät mit ins Spiel und der Fahrer muss sich nach jedem Schaltvorgang gedulden, um anschließend mit Ladedruck überflutet zu werden. Was dem Getriebe helfen mag, auf Dauer mit Last und Drehmoment zurechtzukommen, kann im Alltag Nerven kosten. Das ebenfalls erhältliche Automatikgetriebe erscheint hier potenziell attraktiver.

Punkten können die Kölner bei den Bremsen: Sie zeigen sich standfest genug für den großen Tross und halten bis zu 3,5 Tonnen Gewicht zuverlässig an der Leine. Im unbeladenen Zustand erscheint der Druckpunkt etwas zu knackig gewählt, aber dann bremst der Allradtransporter gleichmäßig und mit Reserven ab. Das Fahrgefühl wird durch die Sicherheit des Allradantriebs bestimmt. Zackige Abbiegemanöver oder flinke Autobahnabfahrten sind für den Transit Trail kein Problem, da das Fahrwerk weiterhin straff ausgelegt ist. Nur die Lenkung gibt sich etwas stufig und synthetisch. Dennoch: Der Kölner vermittelt als Trail viel mehr Fahrspaß als seine frontangetriebenen Brüder.

Wer schnell sein will, muss leiden

Geht der Gasfuß über die Richtgeschwindigkeit hinaus, können Orgien zustande kommen, die dem Kölner auch akustisch nicht mehr gut zu Gesicht stehen: An der Fahrertür wird es bei der erreichten Endgeschwindigkeit von 160 km/h schon stürmisch und auch die Tanknadel kann sich kaum mehr halten. Elf Liter Diesel genehmigt sich der Motor schon bei Richtgeschwindigkeit. Als Langstreckenfahrzeug ist der als Baustellengehilfe konzipierte Transit Trail damit nicht zu empfehlen. Hier punkten die Brüder mit Frontantrieb durch rascheren Durchzug und



Kunde in Sibirien? Der Transit Trail 4x4 ist für Einsatzgebiete geschaffen, die sich rein mit der Vorderachse nicht bewältigen lassen.



Zehn Kubik: Im L2H2 finden auch mit Allradantrieb 10.000 Liter Ladung Platz.



Trio in Schwarz: Mit Kunstledersitzen, einem Klappstisch sowie Armlehnen lässt es sich gut aushalten.



Jobschützer: Die Rückfahrkamera erleichtert das Rangieren in engeren Gefilden.



Gut geschüttelt: An den Stoßdämpfern bleibt alles beim Alten, entsprechend unsanft ist der Ritt durchs Gelände.

moderateren Verbrauch. Abhilfe soll die erhältliche Mildhybrid-Technik schaffen – drei Prozent Kraftstoff sollen dadurch eingespart werden können.

Im Laderaum geht es aufgeräumt zu. In unserem L2H2-Exemplar kommen 1.125 Kilogramm Nutzlast unter, insgesamt 3.500 Kilogramm darf der Transit Trail wiegen. Beim Testwagen können die Türen ausgeklippt werden. So hat es der Stapler beim Beladen leichter. Auch am Seiteneinstieg ist durch die große Feldbreite genug Platz, um dem Transit mit einer Ameise zu Leibe zu rücken. 9,5 bis 10 Kubikmeter Raum bietet das Ladeabteil.

11

LITER DIESEL genehmigt sich der Motor schon bei Richtgeschwindigkeit.

Fazit

Wenn die Wildnis ruft, ist heute der intelligente Allradantrieb nicht weit. So auch Fords Devise beim Transit Trail, einem Abkömmling des Transporter-Klassikers aus Köln. Der macht mit robuster Optik auf sich aufmerksam und bietet etwas mehr Bodenfreiheit als die anderen Varianten. Zusammen mit der Kraft aus vier Rädern ergibt sich ein Arbeitsgerät für die Baustelle, das viel Stauraum bietet und manchen Hügel erklimmen kann – aber längst nicht jeden. Mit über 40.000 Euro netto ist der Basispreis für Ford-Verhältnisse hoch. DENNIS GAUERT

Technische Daten

Fabrikat/Modell: Transit Trail 4x4 L2H2 2.0 Ecoblue 170
Motor: 2,0-Liter-Vier-Zylinder-Diesel, 1.996 ccm
Leistung: 170 PS (125 kW) bei 3.500 U/min
Testverbrauch: 11 Liter
Zuladung: 1.125 Kilogramm
Ladevolumen: 9,5–10 Kubikmeter
Anhängelast: 3.500 Kilogramm
Preis: ab 43.400 Euro (zzgl. MwSt.)

„Händlern geht die Puste aus“

Die Verantwortlichen des Deutschen Kraftfahrzeuggewerbes zeichnen ein düsteres Bild der aktuellen Situation im Kfz-Gewerbe.

Die Corona-bedingten Einschränkungen nagen weiter an der Substanz des Automobilhandels. Wie ZDK-Präsident Jürgen Karpinski auf der Jahrespressekonferenz des Kfz-Gewerbes erklärte, gehe selbst finanzstarken Händlern langsam die Puste aus. Entsprechend wichtig sei eine klare, verbindliche Regelung zur Wiedereröffnung des Handels, forderte er.

Der Umsatz mit Neuwagen im Markenhandel ist 2020 um 14,4 Prozent auf 62,86 Milliarden Euro eingebrochen. Im Lkw-Neuwagenhandel sank der Umsatz das erste Mal wieder seit dem Jahr 2014. Erholung erlebte immerhin das Gebrauchtwagengeschäft.

Im Geschäftsfeld Service und Reparatur brachte das Jahr 2020 einen Umsatzrückgang von minus 8,3 Prozent auf rund 27,54 Milliarden Euro. „Obwohl die Kfz-Werkstätten als systemrelevant für die Erhaltung der Mobilität eingestuft sind und auch im Lockdown geöffnet waren und sind, führten die Kontaktbeschränkungen besonders im März und April zu einer deutlich reduzierten Werkstattauslastung“, erklärte Bundesinnungsmeister Wilhelm Hülsdonk. Im Jahresdurchschnitt habe dieser Wert vier Prozent-



ZDK-Jahrespressekonferenz: Vizepräsident Wilhelm Hülsdonk, Präsident Jürgen Karpinski und Vize Thomas Peckruhn (v. l.)

punkte unter dem Vorjahresniveau gelegen. Darüber hinaus habe das verminderte Verkehrsaufkommen zu weniger unfallbedingten Reparaturaufträgen geführt.

Insgesamt ging der Gesamtumsatz im Kfz-Gewerbe im Jahr 2020 um 0,7 Prozent auf rund 184,8 Milliarden Euro zurück. Die vorläufige durchschnittliche Rendite der Betriebe sank weiter auf 1,2 Prozent, hieß es beim ZDK. (JG)

IMPRESSUM

Norddeutsches Handwerk

Organ der Handwerkskammern
126. Jahrgang

Herausgeber:
Handwerkskammern
Braunschweig-Lüneburg-Stade, Hannover,
Hildesheim-Süd-niedersachsen, Magdeburg,
Oldenburg, Osnabrück-Emsland-Grafschaft
Bentheim, Ostfriesland.

Verlag:
Schlütersche Fachmedien GmbH
Ein Unternehmen der Schlüterschen Mediengruppe
Postanschrift: 30130 Hannover
Adresse:
Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover
Tel. 0511 8550-0, Fax 0511 8550-2403
www.schluetersche.de
www.handwerk.com

Redaktion:
Irmke Frömling (Chefredaktion, V.i.S.d.P.)
Tel. 0511 8550-2455
froemling@schluetersche.de

Jörg Wiebking (Redaktionsleiter)
Tel. 0511 8550-2439
wiebking@schluetersche.de

Torsten Hamacher (Content Manager)
Tel. 0511 8550-2456
hamacher@schluetersche.de

Denny Gille, Tel. 0511 8550-2624
gille@schluetersche.de

Martina Jahn, Tel. 0511 8550-2415
martina.jahn@schluetersche.de

Anna-Maja Leupold, Tel. 0511 8550-2460
leupold@schluetersche.de

Regionalredaktionen
(verantwortl. f. Kammerseiten)

Braunschweig-Lüneburg-Stade:
Astrid Bauerfeld

Hannover: Peter Karst

Hildesheim-Süd-niedersachsen:
Ina-Maria Heidmann

Magdeburg: Burghard Grupe

Oldenburg: Heiko Henke

Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim:
Sven Ruschhaupt

Ostfriesland: Jörg Frerichs

Verkauf:
Tanja Ehlerding
(Objektverantwortliche MediaSales)

Tel. 0511 8550-2647
ehlerding@schluetersche.de

Marion Bäre
(Key Account Managerin Financial-Services)

Tel. 0511 8550-2645
baere@schluetersche.de

Derzeit gültige Anzeigenpreisliste:
Nr. 63 vom 1. 1. 2021

Druckunterlagen:
anzeigen-daten-ndh@schluetersche.de
Tel. 0511 8550-2522

Fax 0511 8550-2401

Abonnement-Service:
Tel. 0511 8550-2424

Fax 0511 8550-2405

Erscheinungsweise:
monatlich

Bezugspreis:
Jahresabonnement:

€ 45,50 inkl. Versand und MwSt.

Studenten erhalten einen Rabatt von 50 Prozent.

Einzelheft € 1,50 zzgl. Versandkosten.

Für die in der Handwerksrolle eingetragenen
Handwerker ist der Bezugspreis durch den
Mitgliedsbeitrag abgegolten.

ISSN 0029-1617

Druck:

J. D. Küster Nachf. + Druckerei GmbH & Co. KG,
Bielefeld

In der aktuellen Ausgabe ist eine Beilage von:
Wortmann AG, Hüllhorst. Wir bitten unsere
Leser um Beachtung.

Gleichbehandlung Die Publikation richtet sich, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes angegeben ist, an alle interessierten Personen, unabhängig vom Geschlecht. Wegen besserer Lesbarkeit und Verständlichkeit der Texte wird jedoch meistens nur die männliche Personenform verwendet. Gleichbehandlung ist uns wichtig. Diversität nehmen wir als Chance für die Zukunft wahr.

Aktionen beschleunigen

Laut einer NHT-Umfrage ist die Lage in einigen Gewerke gut, in anderen angespannt. Betroffene fordern schnelle finanzielle Hilfen und weniger Bürokratie.

Über 90 Prozent der Handwerkerinnen und Handwerker in Niedersachsen sind stolz auf ihre Leistungen in Wirtschaft, Gesellschaft und Ausbildung – auch oder ganz besonders zu Zeiten von Corona“, fasst Mike Schneider, Präsident des Niedersächsischen Handwerkstages (NHT), das Ergebnis einer Umfrage zum handwerkspolitischen Aschermittwoch zusammen. 1.500 Betriebe aus nahezu allen Gewerke hatten im Januar daran teilgenommen.

Viele Handwerksberufe hätten sich in der Corona-Krise als systemrelevant erwiesen, weil sie zur Sicherstellung der Gesundheit und Hygiene, zur Versorgung in den Bereichen Wasser, Wärme und Energie sowie zur Lebensmittelversorgung beitragen, betont Schneider. Im Handwerk werde produziert, installiert, repariert oder saniert – mit erkennbaren Arbeitsergebnissen. Das wirke sich positiv auf das Wohlbefinden aus. „Handwerk macht stolz“, bekräftigt Schneider.

Weitere Ergebnisse der Befragung zusammengefasst

- Gut drei Viertel der Befragten bewerten ihre wirtschaftliche Lage mit „gut“ oder „befriedigend“, ein knappes Viertel ist „unzufrieden“.
- Im Bau- und Ausbaugewerbe sind 96 beziehungsweise 93 Prozent der Betriebe sehr zufrieden oder zufrieden mit ihrer Lage. „Das Bau- und Ausbauhandwerk, welches über die Hälfte aller Betriebe ausmacht, hat bei hohen Hygienestandards nahezu durchgängig gearbeitet“, berichtet Schneider.
- Die Stimmungslage in der Gruppe der personenbezogenen Dienstleistungshandwerke sei angespannt: 72 Prozent der befragten Betriebe sind mit der aktuellen Situation mehr als „unzufrieden“. Die Reserven seien aufgebraucht, die Wirtschaftshilfen nicht oder in unzureichendem Umfang angekommen – das gelte besonders für den Ausfall des Unternehmerlohns. Das führe zu Frust.
- Auch in den Kfz-, Gesundheits- und Lebensmittelgewerke sei der Anteil der unzufriedenen Betriebe deutlich gestiegen und liege nun bei rund 40 Prozent. Die Öffnung der Friseur- und die Erlaubnis für Probefahrten im Kfz-Handel seien daher gute Nachrichten. Enttäuscht zeigten sich die Kosmetikbetriebe, die ebenfalls auf eine Öffnung gesetzt hatten.

Drei Viertel wollen ihre Beschäftigten halten

Mehr als die Hälfte der Betriebe gab an, dass sie 2021 keine schnelle Besserung der wirtschaftlichen Lage erwarten. 38 Prozent rechnen mit einer sich weiter verschlechternden Wirtschaftslage, darunter 10 Prozent mit einer deutlichen Verschlechterung. Eine Aufwärtsentwicklung erwarten nur 7 Prozent. Dennoch wollen mehr als 74 Prozent der Befragten ihre Beschäftigten halten, 8 Prozent planen Neueinstellungen. Mit Personalrückgängen rechnen weniger als 20 Prozent der Befragten.

An ihrem Ausbildungsengagement wollen gut 80 Prozent der Handwerksbetriebe festhalten. 13 Prozent wollen mehr Ausbil-

NAMEN UND NACHRICHTEN

Seminare zur Digitalisierung

Die niedersächsischen Handwerkskammern haben im Frühjahr Veranstaltungen zum Thema Digitalisierung im Programm: vom digitalen Aufmaß über die Nutzung von Smartphones auf der Baustelle bis hin zu Smart Grid und IT-Sicherheit. Die Veranstaltungen werden über das Kompetenzzentrum digitales Handwerk im Rahmen der Landesreihe Digitales Handwerk angeboten.

„Das Handwerk ergreift die aus der Digitalisierung erwachsenen Chancen und stellt sich den damit verbundenen Herausforderungen. Gerade in der aktuellen Situation der Corona-Pandemie haben viele Betriebe ihre Digitalisierungsaktivitäten verstärkt. Mit unserer Veranstaltungsreihe erhalten sie hilfreiche Informationen, um die Digitalisierung in ihren Betrieben erfolgreich zu gestalten“, betont Hildegard Sander, Hauptgeschäftsführerin der Landesvertretung der Handwerkskammern Niedersachsen (LHN). (JA)

Zu den Themen und Terminen: www.handwerk-lhn.de

Klima-Innovationen gesucht

Unternehmen, die mit ihren Innovationen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit eine Vorreiterrolle einnehmen, können sich für den „Klima-Innovationspreis Niedersachsen“ bewerben. Der mit 10.000 Euro dotierte Preis soll der deutlich gestiegenen Bedeutung von Klimaschutz und Nachhaltigkeit für Unternehmen Rechnung tragen und Anreize dafür setzen, weiter in diesem wichtigen Feld aktiv zu werden. Bewertet wird die Klima-Innovation eines Unternehmens anhand dessen, welchen Beitrag sie zum Klimaschutz und zur klimaneutralen Wirtschaft leistet und welcher Beitrag zur sozialen und zur wirtschaftlichen Nachhaltigkeit im Betrieb geleistet wird. Teilnehmen können gewerblich tätige Unternehmen mit Sitz in Niedersachsen. Die Bewerbungsfrist endet am 15. Mai 2021. (JA)

Mehr Infos: www.nachhaltigkeitsallianz.de/klima-innovationspreis



90 Prozent der Handwerker sind stolz auf ihre Leistungen.

Mike Schneider,
NHT-Präsident



Die Hilfe wird in der Krise dringend benötigt, damit die Betriebe nicht ins Bodenlose fallen – doch oft kommt sie zu zögerlich.

ungsplätze anbieten und knapp 7 Prozent planen, die Zahl der Azubis zu verringern.

Forderungen an die Landes- und Bundespolitik

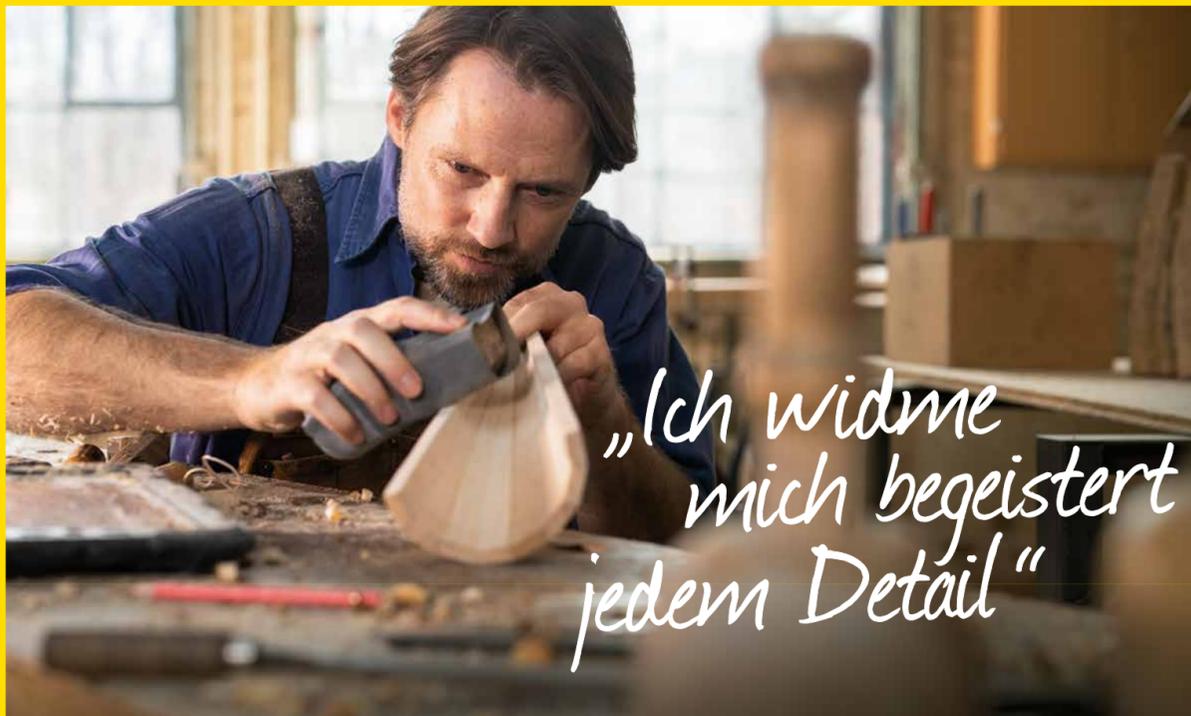
Aufgrund der Umfrageergebnisse hat der NHT folgende Forderungen an die Politik auf Landes- und Bundesebene formuliert:

- eine schnelle Auszahlung von Hilfgeldern,
- die Unterstützung kleiner Betriebe mit einem angemessenen Unternehmerlohn,
- eine zeitliche Ausweitung der steuerlichen Verlustverrech-

nung zur Abwendung von Überschuldungen und zur Sicherung von Liquidität,

- die Beschleunigung der Impfaktion und das Angebot von Selbsttests,
- die konsequente Verfolgung der Pläne für weitere Lockerungen,
- das Vorantreiben der Entbürokratisierung über die niedersächsische Clearingstelle,
- die Vermeidung jeglicher zusätzlicher Belastungen der Betriebe. MARTINA JAHN

Gelbe Seiten



Wir geben Ihrem Angebot den richtigen Schliff:

- maßgeschneiderte Werbekonzepte
- innovative Maßnahmen für Ihre Print- und Online-Werbung
- über 40 Mio. Reichweite mit Buch, Website und App*

Leidenschaft erreicht mehr mit Gelbe Seiten.

Jetzt beraten lassen:
Tel. 0511/8550-8100

* Quelle: GfK Studie zu Bekanntheit und Nutzung der Verzeichnismedien Oktober 2017; repräsentative Befragung von 15 Tsd. Personen ab 16 Jahren.

schlütersche Ihr Gelbe Seiten Verlag

Den passenden Nachfolger finden

Die gründliche und frühzeitige Vorbereitung von Betriebsübergaben ist gerade für kleine und mittlere Unternehmen besonders wichtig. Die Handwerkskammer für Ostfriesland will ihre Mitglieder bei diesem Prozess unterstützen und bietet am 25. März, ab 16 Uhr, eine kostenfreie Online-Infoveranstaltung zum Thema „Wer führt meinen Betrieb weiter?“ an.

Etwa fünf bis drei Jahre vor dem Eintritt des Übergabezeitpunktes sollte die Nachfolgeregelung angegangen werden. Ein Experte gibt Tipps an die Hand, welche Punkte frühzeitig geklärt werden müssen, wie man einen passenden Nachfolger findet und welche Berater unterstützen können.

Anmeldung:
www.hwk-aurich.de/nachfolge

Mit WhatsApp Kunden gewinnen

WhatsApp kommt auch im beruflichen Umfeld immer mehr zum Einsatz. Doch die zahlreichen Nutzungsmöglichkeiten sind vielen Betrieben nicht bekannt. Die Handwerkskammer für Ostfriesland lädt ihre Mitglieder am Donnerstag, 18. März, ab 17 Uhr, zu einer kostenfreien Videokonferenz zum Thema „WhatsApp für die Firma“ ein. Während des Vortrages geht Unternehmensberater Michael Elbs aus Baden-Württemberg unter anderem auf die Funktionen von WhatsApp Business ein. Darüber hinaus erläutert er, wie der Messenger am PC integriert und in die eigene Firmenwebsite eingebunden werden kann.

Anmeldung:
www.hwk-aurich.de/whatsapp

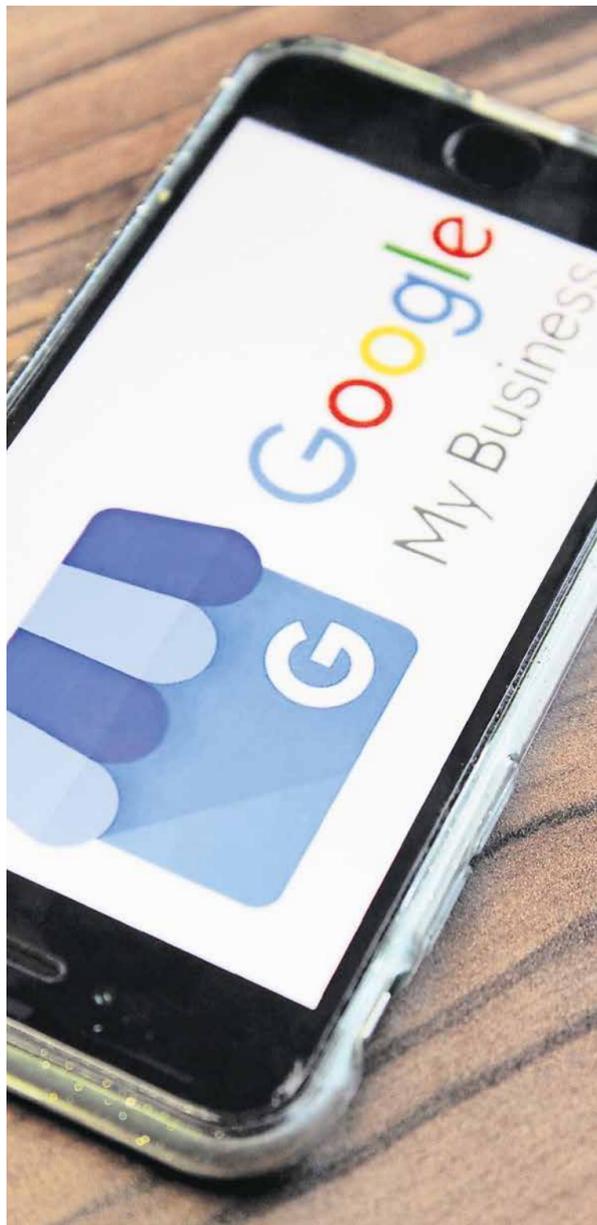


Foto: Weidmann

Für Firmen wird das „Google My Business“-Profil wichtiger denn je.

Online-Potenziale im Betrieb nutzen

Warum es sich auch für Handwerksbetriebe lohnt, einen Google My Business Eintrag anzulegen.

Wer heutzutage einen Handwerker benötigt, zieht meist als Erstes das Internet zurate. Dabei hilft schon ein Blick auf die Karte von Google Maps oder die Befragung der Google-Suchmaschine. Oft werden Suchende bereits unter den ersten Ergebnissen fündig. „Betriebe, die online nur schlecht oder gar nicht zu finden sind, werden von der Konkurrenz schnell abgehängt. An der eigenen Onlinepräsenz führt kein Weg vorbei“, erklärt Kerstin Muggeridge von der Handwerkskammer für Ostfriesland. Sie ist Beauftragte für Innovation und Technologie mit dem Schwerpunkt Digitalisierung.

Eine einfache Möglichkeit, um beim Ranking ganz oben zu landen, bietet die kostenfreie Plattform „Google My Business“. Unternehmen können sich ein Firmenprofil anlegen, um mit Kunden in Kontakt zu treten und für ihre Dienstleistungen zu werben. „Viele Handwerker sind längst auf Google My Business vertreten – ohne, dass sie das überhaupt wissen“, sagt die Digitalisierungsbeauftragte. Google trägt bereits seit Jahren Informationen zusammen und verzeichnet diese anschließend in einem Branchenverzeichnis. Dazu gehören unter anderem die Kontaktdaten, der Standort, die Firmenwebseite, Infos zu den Dienstleistungen und sogar Fotos.

Der Betrieb wird weder über den Eintrag informiert noch darüber, von wem die Angaben stammen. „Somit hat man auch keine Chance auf Kritik oder Lob zu reagieren“, macht sie deutlich. Denn wenn das eigene Unternehmen erst einmal mit einem Profil in den Suchergebnissen auftaucht, könnten Nutzer Bewertungen vornehmen, Kommentare verfassen und sogar selbst Fotos hochladen. Gerade die jüngere Generation orientiert sich oft an den Google-Bewertungen und entscheidet sich anhand dessen für oder gegen einen Dienstleister. Deshalb zähle sich die Zeit, die man darin investiert, in jedem Falle aus. „Denn selbst, wenn man seinen Kundenstamm nicht erweitern möchte, will man auch keine Kunden durch schlechte Bewertungen verlieren“, resümiert sie.

Die Erstellung eines Google My Business-Eintrages geht relativ einfach von der Hand. Dazu muss lediglich ein Google Konto angelegt werden. „Das haben viele Smartphone-Nutzer sowieso“, so Kerstin Muggeridge. Danach kann die Registrierung auf der My Business-Plattform erfolgen. Um die Identität des Firmeninhabers zu überprüfen, übermittelt Google in der Regel per Post oder Telefon einen Zugangscode. Mit diesem kann sich der Profilhhaber dann einloggen und seine Daten pflegen. Für die Erstellung des Accounts gibt es von Google My Business einen kleinen Leitfaden, an dem sich interessierte Handwerker orientieren können. Sollten dennoch Schwierigkeiten auftreten, unterstützt die Handwerkskammer ihre Mitgliedsbetriebe kostenfrei.

JACQUELINE STÖPPEL

Ansprechpartnerin: Kerstin Muggeridge, Tel. 04941 1797-29 oder k.muggeridge@hwk-aurich.de

Google My Business

Früher war Google My Business noch mit einem digitalen Telefonbuch vergleichbar, doch heute ist es viel mehr. Ein Unternehmensprofil kann den Unterschied machen, ob Kundinnen und Kunden den Betrieb im Netz finden oder nicht.

Traumberuf als Tischlerin erfüllt

Neun Auszubildende bestehen Gesellenprüfung im Tischlerhandwerk. 55-jährige Weeneranerin ist beste Absolventin.

Neun Nachwuchshandwerker legten ihre Gesellenprüfungen im Berufsbildungszentrum der Handwerkskammer für Ostfriesland (Aurich) ab. In einer kleinen Abschlussveranstaltung erhielten sie ihre Gesellenbriefe überreicht. Birgit Hermann aus Weener legte die Prüfungen als Beste ab und erfüllte sich mit 55 Jahren einen Kindheitstraum.

„Ich bin zwischen Sägespänen aufgewachsen“, erzählt die Frau, die einer alten Schreinerfamilie entstammt. Ihr Vater habe als Tischlermeister eine Schreinerei am Niederrhein betrieben. Allerdings durfte sie sich als Jugendliche ihren Berufswunsch von ihrem Elternhaus aus nicht erfüllen. Heute arbeitet die gelernte Fremd-

„
Mein Traum hat mich mein ganzes Leben lang nicht losgelassen.“

Birgit Hermann

sprachenkauffrau als selbstständige Übersetzerin. „Mein Traum, Tischlerin zu werden, hat mich mein ganzes Leben lang nicht losgelassen“, erzählt sie. Umschulungen hätte sie nie in Anspruch nehmen können. Also schloss Birgit Hermann mit dem Berufsbildungswerk (bfw) in Leer einen Vertrag in Teilzeit ab.

Die Ausbildungskosten und ihren Lebensunterhalt finanzierte sie mit der Übersetzung von niederländischen Schriftstücken. „Das war eine anstrengende Zeit. Aber es hat sich gelohnt“, sagt sie. Für die Zukunft plant sie, ihr Drechsler-Unternehmen, welches sie Ende 2019 gründete, weiter auszubauen.



Foto: Weidmann

Als Gesellenstück baute Birgit Hermann ein Lowboard.

Es haben bestanden: Michael á Tellinghusen (Berufsbildungswerk Gemeinnützige Bildungseinrichtung des DGB, Leer); Milan Justin Eggers-Nielsen (Trump Fertigungs- und Vertriebsgesellschaft, Südbrookmerland); Tim Frerichs (E. und H. Brunken, Varel); Jelto Harms (Grone Schulen Niedersachsen, Aurich); Henry Alexander Heidenreich (Bootsbauermeister Helge Bents, Langeoog); Luca Holtz (Pannhusen und Rademacher, Moormerland); Sebastian Osterkamp (Tischlerei Koopmann, Wittmund); Timo Uphoff (KVHS Norden).

Energiewende im Heizungskeller

Klimaschutz beginnt im eigenen Zuhause – vor allem im Heizungskeller. Mit einer Heizungsmodernisierung oder -sanierung lassen sich langfristig Energie und Kosten sparen. Das weiß auch der Heizungs-, Gas- und Wasserinstallateur-Meister Markus Wilken aus Jemgum zu berichten.

Zum Thema „Energiewende im Heizungskeller“ steht der Obermeister der Installateur- und Heizungsbauer-Innung Leer in der nächsten Radio Ostfriesland Sendung am 21. März ab 12 Uhr Rede und Antwort. Im Interview mit Thomas Trauernicht wird der Experte auch über Förderprogramme sowohl für den Heizungsaustausch im Altbau als auch für den Neubau sprechen.

Stream: www.radio-ostfriesland.de

DAS HANDWERK GRATULIERT

25 Jahre Meister

Tischlermeister Günther Rademacher in Jemgum (7. März), Kraftfahrzeugmechanikermeister Timo Kremers in Norden (15. März), Elektroinstallateurmeister Hans-Jürgen Schrader in Leer (28. März), Radio- und Fernsehtechnikermeister Reiner Mäcke in Friedeburg (29. März), Radio- und Fernsehtechnikermeister Sven Glowalla in Wittmund (29. März), Radio- und Fernsehtechnikermeister Torsten Heinks in Norden (29. März).

40 Jahre Meister
Kfz-Mechaniker-Meister Heere Efkes (27. März)

50 Jahre Meister
Radio- und Fernsehtechnikermeister Heinrich Kromminga in Wittmund (9. März)

25 Jahre Betriebsjubiläum
Goldschmiedemeisterin Susanne Kroemer in Leer (12. März), Artur Betten Bauunternehmen GmbH & Co. KG in Rhaderfehn (15. März).

40 Jahre Betriebsjubiläum
Köhn Dächer GmbH & Co. KG auf Norderney (2. März), Friseurmeisterin Wilma Elias in Weener (2. März), Elektroinstallateur-, Gas- und Wasserinstallateurmeister Herbert Janssen in Aurich (2. März), Elektro Schulte, Inh. Jürgen Neumann e.K. in Emden (4. März).

Kontakt: E. Daniels, Tel. 04941 1797-96

Friedrich Lüpkes übergibt Staffelstab an Nachfolger

Schornstiefegermeister Reno Janssen (Aurich) übernimmt das Ehrenamt von Obermeister Friedrich Lüpkes. Der 40-Jährige vertritt zunächst kommissarisch 61 Innungsmitglieder in ihren beruflichen Anliegen bis zur offiziellen Wahl.

Die Schornstiefegerinnung für Ostfriesland hat eine neue Führungsspitze. Mit dem Rücktritt von Obermeister Friedrich Lüpkes (Leer-Nüttermoor) zum Ende des vergangenen Jahres wird Reno Janssen aus Aurich/Walle zukünftig die Berufssparte vertreten. Lüpkes legte sein Ehrenamt aus Altersgründen nach mehr als 20 Jahren nieder.

Der bevollmächtigte Bezirksschornstiefeger Janssen ist zunächst vom Vorstand kommissarisch eingesetzt worden, da die Mitgliederversammlung im Dezember aufgrund der Corona-Auflagen nicht abgehalten werden konnte. Gleiches gilt für den stellvertretenden Obermeister Thomas Huhne (Friedeburg), der die Nachfolge von Matthias Specht (Nordgeorgsfehn) im Sommer 2020 übernommen hat. „Sobald die Innung wieder Versammlungen abhalten kann, werden die Wahlen nachgeholt“, berichtet Reno Janssen.

Im Vorstand habe er als Technischer-Innungswart über die Jahre intensiv mit Friedrich Lüpkes zusammengearbeitet und sehr von seinen Erfahrungen profitiert, erzählt der 40-Jährige von sei-

ner wohlüberlegten Entscheidung, 61 Mitglieder vorzustehen. Eine Quote, die sich sehen lassen kann. In Ostfriesland gibt es 58 Kehrbezirke mit der gleichen Anzahl an bevollmächtigten Bezirksschornstiefegern.

Zukünftig wird er die Innungsmitglieder unter anderem als Ansprechpartner gegenüber Behörden, Ordnungsämtern, Marktpartnern, Verbänden und der Politik vertreten. „Aktuell begleiten wir den Transformationsprozess der Bundesregierung, einen klimaneutralen Gebäudebestand bis 2050 umzusetzen. Wir sind als traditionelles Handwerk sehr breit aufgestellt, beispielsweise wenn es um die Gebäudeenergieberatung, den Brandschutz, moderne Feuerungsanlagen und Lüftungstechnik geht. Wir sorgen dafür, dass in diesen verschiedenen Schwerpunkten die Mitarbeiter und Kollegen entsprechend qualifiziert und ausgebildet werden“, erklärt Janssen.

Webseite der Innung:
www.schornstiefeger-innung-ostfriesland.de



Foto: Innung

Zum Amtswechsel erhielt Reno Janssen (l.) von Friedrich Lüpkes (r.) einen Staffelstab überreicht. Darauf sind alle elf Obermeister seit der Gründung der Innung 1899 eingraviert.



Maria Koriath,
Personaltrainerin aus Leer

Positives Miteinander fördert Produktivität

Wie motiviert man seine Mitarbeiter? Wie genau funktioniert überhaupt ein positiver Führungsstil? Und vor allem: Welche Einflüsse hat er auf Krankenstandstage, Kundenzufriedenheit und Leistung im Allgemeinen? Das waren die Kernfragen, um die sich kürzlich der Online-Vortrag „Meister als Führungskräfte im Handwerk“ drehte. Das Netzwerk ostfriesischer Meister (N.O.M.) der Handwerkskammer für Ostfriesland hatte dazu eingeladen.

Personaltrainerin Maria Koriath aus Leer begrüßte die Handwerker vor ihren Bildschirmen mit den Worten: „Führung findet immer statt, ob bewusst oder unbewusst.“ Oft würden Firmenchefs, die ihren Rat suchten, als erstes die Dinge aufzählen, die bei den Mitarbeitern nicht rund liefen. „Das ist jedoch die falsche Herangehensweise. Vielmehr sollte man sich fragen: Was sind ihre Stärken und wie kann ich diese fördern?“, so die 61-Jährige. Konkret gebe es fünf Säulen, die die Grundpfeiler eines guten Führungsstiles bildeten: positive Emotionen, Engagement, ein gutes Betriebsklima, den Sinn in seiner Arbeit erkennen sowie Erfolge verbuchen können. Eine relativ einfache Möglichkeit, etwas davon umzusetzen, sei zum Beispiel die Verteilung der Aufgaben nach Stärken und Interessen.

Interessierte können dem Netzwerk Ostfriesischer Meister kostenfrei beitreten. Ziel ist es, den Austausch unter Meisterabsolventen im Bezirk der Handwerkskammer für Ostfriesland zu fördern.

Kontakt: Gisela Hillers, Tel. 04941 1797-33, g.hillers@hwk-aurich.de

Foto: Privat

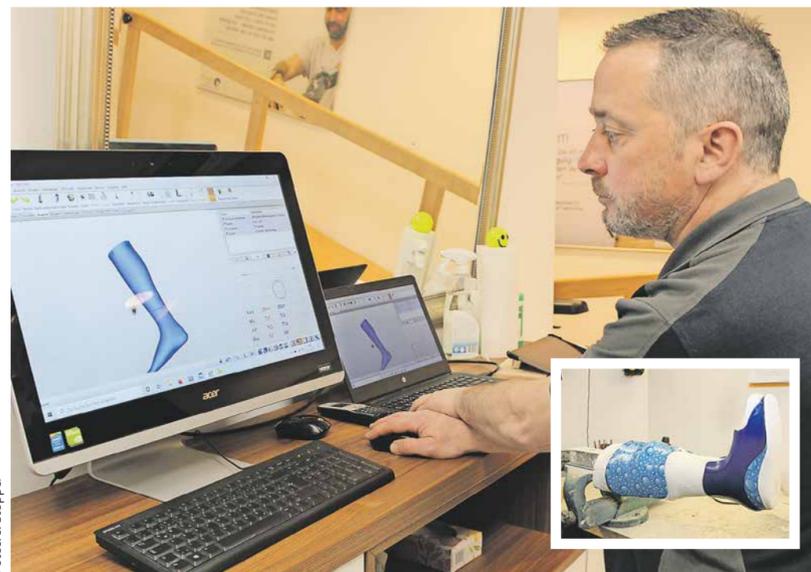
Schnelle Hilfe durch Schiene

Handwerksmeister Stefan Hering aus Emden entwickelt mit 3D-Scan innovatives Verfahren für Schlaganfall-Orthesen.

Wer denkt, Neuerungen kommen nur von großen Konzernen, der irrt. Der Innovationsmotor brummt auch im hiesigen Handwerk. Hier werden individuelle Lösungen für die verschiedensten Anforderungen entwickelt. So auch im Betrieb von Stefan Hering. Der 59-Jährige führt zusammen mit seiner Frau Lissy (65) und seiner Stieftochter Migu Meulenberg (48) das Unternehmen Orthopädietechnik Hering mit Filialen in Moordorf, Warsingsfehn und Emden. Mit ihren Angestellten haben sie vor einiger Zeit eine neue Methode zur Produktion von Apoplexie-Orthesen entwickelt, die die Wartezeit der Patienten verkürzt und eine schnellere Rehabilitation ermöglicht. Diese medizinischen Schienen werden als Hilfsmittel bei Menschen mit Schlaganfall eingesetzt. Sie stabilisieren die gelähmten Gliedmaßen. Die zeitnahe Versorgung ist dabei besonders wichtig. Denn durch die Bewegungsunfähigkeit können sich Muskeln verkürzen oder verlängern. Der Genesungsprozess wird dadurch zusätzlich erschwert. Die NBank Niedersachsen hat das Projekt gefördert. Im Gespräch mit der Handwerkskammer für Ostfriesland berichtet Stefan Hering von seiner Innovation.

Während eines Brainstormings mit den Mitarbeitern wurde überlegt, wie das aufwendige Abform- und Anpassverfahren für Orthesen von Schlaganfallpatienten digitalisiert und beschleunigt werden kann. Daraus sei schließlich die Idee zur Innovation entstanden. „In der orthetischen Versorgung von Schlaganfallpatienten gibt es noch viel ungenutztes Potenzial. Da wollten wir ansetzen“, macht der Unternehmer deutlich.

Im ursprünglichen Verfahren wurde der betroffene Körperteil des Patienten zunächst abgeformt und anhand dessen ein Gipsmodell erstellt. Erst dann konnte die entsprechende Orthese in handwerklicher Feinarbeit angefertigt werden. „Diesen Teil wollten wir gerne verkürzen. Mit Hilfe eines Scanners und einem speziellen Programm haben wir als erstes eine 3D-Abbildung der Extremität erstellt“, so Hering. Eigentlich sollte im darauf folgenden Schritt das Modell aus einem Gipsblock herausgefräst werden. In der Umsetzung gestaltete sich das als schwierig. „Oft haben sich Luftblasen beim Gießen des Blocks gebildet. Deshalb haben wir uns nach einigen Versuchen für Schaumstoff entschieden“,



Fotos: J. Stöppel

Mitarbeiter Helmut Ommen kontrolliert den 3D-Scan eines Unterschenkels. Das kleine Bild zeigt eine handgefertigte Schlaganfall-Orthese.



Es gibt bei der Herstellung von Orthesen noch viel Potenzial.

Stefan Hering,
Orthopädiemechaniker-Meister

erklärt der Emdener. Die Vorteile seiner Innovation liegen auf der Hand: Durch den 3D-Scan lässt sich das Schaumstoffmodell jederzeit reproduzieren. Und die medizinische Schiene kann mit Hilfe eines 3D-Druckers gedruckt und muss nicht von Hand gefertigt werden. Diesen Teil der Produktion hat Stefan Hering an eine Firma vergeben. „Die Anschaffung eines eigenen 3D-Druckers würde sich nicht rentieren“, erläutert er.

Den abschließenden und individuellen Feinschliff erhält die Orthese aber weiterhin in der Werkstatt des Orthopädiegeschäfts. Bevor das jedoch geschehen kann, erfolgt noch der letzte Schritt des Innovationsprozesses: Das Aufwalzen (Auftragen) einer speziellen Schicht aus medizinischem Silikon. Diese fördert zum einen den Tragekomfort und verbessert zum anderen die Hygiene sowie die Reinigungsmöglichkeiten.

Vier Aufträge hat der Betrieb seit Beendigung des Projektes mit diesem Verfahren umgesetzt. Jedoch kann es nicht für jeden Patienten genutzt werden, da die Entscheidung bei der jeweiligen Krankenkasse liegt. JACQUELINE STÖPPEL



vr.de/weser-ems

Lösungen mit Augenmaß – vor allem wenn es schwierig wird.

Morgen kann kommen.

Wir machen den Weg frei.

Ein zuverlässiger Partner an Ihrer Seite

Die aktuelle Situation erfordert Solidarität, schnelles Handeln und passgenaue Lösungen. Wir, die Volksbanken Raiffeisenbanken in Weser-Ems sind seit jeher ein fester Partner des regionalen Mittelstandes. Solidarität ist Teil unserer genossenschaftlichen Wertewelt. Auch in diesen schwierigen Zeiten stehen wir Ihnen als zuverlässiger Partner zur Seite. Sprechen Sie uns an!

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 Smart Finanz, DZ HYP, MünchenerHyp.

Gerüstet für den NACHFRAGEBOOM

E-Bike-Service, Leasingangebote, große Auswahl: Zweirad Calmer bietet jede Leistung, die ein Kunde von einem modernen Zweiradmechaniker erwarten kann. So ist der Betrieb auch für künftige Trends gut aufgestellt.

Sie sind leistungsstark, voller Technik und beliebt wie nie zuvor: E-Bikes haben nicht nur das Fahrrad revolutioniert, sondern den ganzen Markt. Menschen fahren mit ihnen zur Arbeit und nutzen steuerlich attraktive Leasingangebote oder jagen auf elektrifizierten Mountainbikes durch die Berge. „Bei uns ist mittlerweile mehr als jedes zweite verkaufte Fahrrad ein E-Bike“, sagt Ralf Calmer, Geschäftsführer von Zweirad Calmer. Der Betrieb in Georgsmarienhütte ist bestens aufgestellt, den Schwung aktueller Branchentrends mitzunehmen. Das ist auch das Ergebnis stetiger Investitionen. Wie fortschrittlich der Betrieb aufgestellt ist, zeigt Calmer bei einem Rundgang durch die Werkstatt. Beim Betreten der Montageplätze fällt sofort der bequeme Boden auf. „Wir haben alle Arbeitsplätze mit speziellen Gummimatten ausgekleidet, die Gelenke und Wirbelsäule der Mitarbeiter schonen“, erklärt der Unternehmer.

Ergonomisch und digital: die Werkstatt

Als Nächstes steht die Wartung eines gut 23 Kilogramm schweren E-Mountainbikes an. Calmer befestigt es am pneumatischen Montageständer und lässt es mühelos auf die gewünschte Arbeitshöhe gleiten. Auffällig ist, dass jeder Werkstattarbeitsplatz mit einem Computer ausgestattet ist. Wozu? Calmer scannt einen QR-Code am Fahrrad. „Bei uns ist jedes Rad elektronisch in einer Datenbank hinterlegt“, sagt er. „Wenn ich den Code scanne, weiß ich zum Beispiel, zu welchem Kunden es gehört und was wir bei der letzten Wartung gemacht haben“, berichtet der Zweiradmechanikermeister. Zudem kann die Werkstatt über Diagnosegeräte diverse Daten zur Benutzung des E-Bikes auslesen.

Nicht nur in der Werkstatt zeigt das Unternehmen, dass es mit allen Wassern des modernen Handwerks gewaschen ist. 2020 hat die Corona-Pandemie die Branche mit Nachfrageboom, Lieferengpässen und Lockdowns von einem Extrem ins nächste gerissen. Darauf musste der Familienbetrieb reagieren und nebenbei die Übergabe von den Eltern an Sohn Ralf Calmer regeln. Seit dem Jahreswechsel führen Ralf Calmer und seine Lebensgefährtin Jennifer Schmidt die Geschäfte.

„Wir wurden 2020 regelrecht von Kunden überannt“, erinnert sich Calmer. In der Pandemie zeigte sich, wie wertvoll ein volles Lager ist. Hier hat der Betrieb zusätzlich investiert: „Wir haben unsere Lagerkapazität verdoppelt, um der Pandemiesituation Rechnung zu tragen“, berichtet Calmer. Um die große Lagerfläche mit Rädern zu füllen, mussten zudem bereits im Sommer 2020 alle Bestellungen für die kommende Saison bei den Fahrradherstellern eingehen. „Wir haben gut vorgesorgt, denn uns war klar: Was wir nicht rechtzeitig bestellen haben, bekommen wir auch nicht mehr geliefert“, so Calmer.

Dass das Interesse an Rädern auch während des Lockdowns hoch ist, weiß das Unternehmen zu nutzen. „Wir verkaufen Räder gerade viel über Click and Collect“, erklärt Jennifer Schmidt, die den Verkauf leitet. Zweirad Calmer ist als Fachhändler bei vielen Herstellern gelistet. In deren Online-Shops stöbern Kunden und werden anschließend an den passenden Händler verwiesen. Schmidt nimmt die Anfragen telefonisch oder per E-Mail entgegen. Meldet sich ein Interessent, fotografiert sie sein Wunschrad von allen Seiten und bespricht Details mit ihm.

„Bei uns ist jedes Rad in einer Datenbank hinterlegt.“

Ralf Calmer, Geschäftsführer



Hier packt der Chef auch selbst an: Zweiradmechanikermeister Ralf Calmer wartet ein Kunden-E-Bike am ergonomischen Werkstattarbeitsplatz.



Digitale Arbeitsplätze: Bei Zweirad Calmer ist jedes Fahrrad in einer Datenbank hinterlegt. Zudem können verschiedene Diagnose-Daten aus den E-Bikes ausgelesen werden.

Um die Werkstatt in den nächsten Monaten gleichmäßig auszulasten, hat der Betrieb begonnen, Servicetermine für Kunden mit Wartungsverträgen in die Wintermonate zu ziehen. Insbesondere Fahrrad-Leasingkunden haben solche Verträge, eine inzwischen große Kundengruppe: „Rund 50 Prozent unserer Kunden wählen das Leasing und profitieren so von den Steuervorteilen der Dienststradförderung“, sagt Schmidt. Zweirad Calmer bedient die Nachfrage, indem es mit vielen Leasingpartnern zusammenarbeitet. „Fahrradleasing ist ein großer Verwaltungs-

aufwand, weil jeder Leasingpartner mit verschiedenen Banken zusammenarbeitet und diverse Versicherungspolicen anbietet“, erklärt Schmidt. Digitalisierung helfe dem Betrieb, mit gut gepflegten Datensätzen und Funktionen wie vollautomatischer Rechnungsstellung, den Überblick zu behalten.

Zufriedene Kunden mit System

Der starke Digitalisierungsgrad ging bei Zweirad Calmer mit seiner TÜV-Zertifizierung einher. Dafür musste das Unternehmen genaue Arbeitsprozesse defi-



Neuware für das Lager: Hier treffen die Akkus von einigen neuen E-Bikes ein.

Fotos: Denny Gille



Kundenberatung in Pandemiezeiten: Meldet sich ein Interessent bei Jennifer Schmidt, berät sie nicht nur per Telefon, sondern schiekt auch Fotos von seinem Wunschrad.

nieren, von denen der Kunde stark profitieren soll. „Wir machen eine Dialogannahme“, sagt Calmer. „Vor Beginn der Arbeit bekommt der Kunde eine Kostenaufstellung über den Umfang der nötigen Arbeiten.“ Ergebnis: wenige Nachfragen, hohe Kundenzufriedenheit. Bei der Qualität seiner Arbeit geht der Betrieb keine Kompromisse ein. „Sind alle Wartungsarbeiten erledigt, checkt immer ein zweiter Monteur die Arbeit gegen“, erklärt Calmer. Mit regelmäßigen Schulungen stellt das Unternehmen sicher, dass das Team stets auf dem neuesten Stand bleibt. So ist Zweirad Calmer optimal aufgestellt, um auch bei künftigen Branchentrends ganz vorn dabei zu sein. DENNY GILLE

VIER FRAGEN AN

Elvira Sinnott

FIRMENNAME Sinnott + Kahle Dentaltechnik
WEBSITE www.dental-sinnott.de
ORT Osnabrück
GEWERK Zahntechnik
MITARBEITERZAHL 44
FUNKTION Inhaberin



1. Was ist Ihr wichtigster Marketing-Kanal?
Instagram.

2. Wie erschließen Sie sich neue Zielgruppen?
Durch Empfehlungsmarketing, unsere Außendarstellung und Veröffentlichungen in Fachzeitschriften oder Tageszeitungen. Nach der Corona-Zeit wieder durch Veranstaltungen und Fortbildungen für Zahnärzte in unserem Labor.

3. Welchen Stellenwert hat die Website für Ihren Betrieb?
Wichtig: Sie ist die Visitenkarte unseres Labors, dient sowohl neuen Kunden als auch potenziellen Mitarbeitern als Information und erster Eindruck über uns.

4. Wie hat sich Marketing in den letzten Jahren verändert?
Es ist professioneller geworden und ohne gute Agentur kaum mehr möglich.

Foto: Privat

ZU GUTER LETZT

Bürokratie: Handwerker starten Video-Kampagne

Zum Lachen und Heulen: Diese witzigen Videos zeigen, wie Handwerker im Alltag von Bürokratie ausgebremst werden.

„Regeln nützen, Überreglementierung schadet“ – davon sind die Kreishandwerkerschaft Steinfurt-Warendorf sowie die Spar- und Volksbanken der Region überzeugt. Mit Blick auf die Bundestagswahl 2021 haben sie gemeinsam eine Kampagne mit neun humorvollen Filmen gestartet. Darin zeigen sie Beispiele für überbordende Bürokratie, die Handwerksbetriebe belastet.

Per se gegen Bürokratie richtet sich die Kampagne nicht, wie die Kreishandwerkerschaft und die Banken betonen. Bürokratie sei in einem funktionierenden Wirtschaftssystem ebenso unabdingbar wie Ordnung, Gesetze und Regeln. Wogegen sie sich wehren wollen, ist „das Übermaß an Bürokratie und Vorschriften, die die

Betriebe bis zur Existenzgefährdung blockieren“. Der Kreishandwerkerschaft zufolge gehen in einigen Handwerksbranchen bis zu 40 Prozent des Arbeitstages für das Erstellen von Statistiken und Dokumentationen drauf. (AML)

Zu sehen sind die Videos unter ueberreglementierung-abbauen.de.



Foto: motionbox - stock.adobe.com



Foto: Karin & Uwe Amas - stock.adobe.com

Ein Malermeister klärt auf

Dass Schimmelsporen überall zu finden sind, ist für erfahrene Handwerker nichts Neues. Dass aber schon in der Bibel Schimmel beschrieben wird, ist wohl eher Theologen und Historikern bekannt.

Diese und viele weitere eher praktische Informationen hat Malermeister Jürgen Jörges in seinem Buch „Schimmel, Arsch und Zwirn“ gesammelt. Darin erzählt er Anekdoten aus seiner Arbeit als „Schimmeljäger“ und vermittelt so viel Wissenswertes über die allgegenwärtigen Sporen. (AML)

Jürgen Jörges: Schimmel, Arsch und Zwirn, Goldegg Verlag, ISBN 978-3-99060-215-7