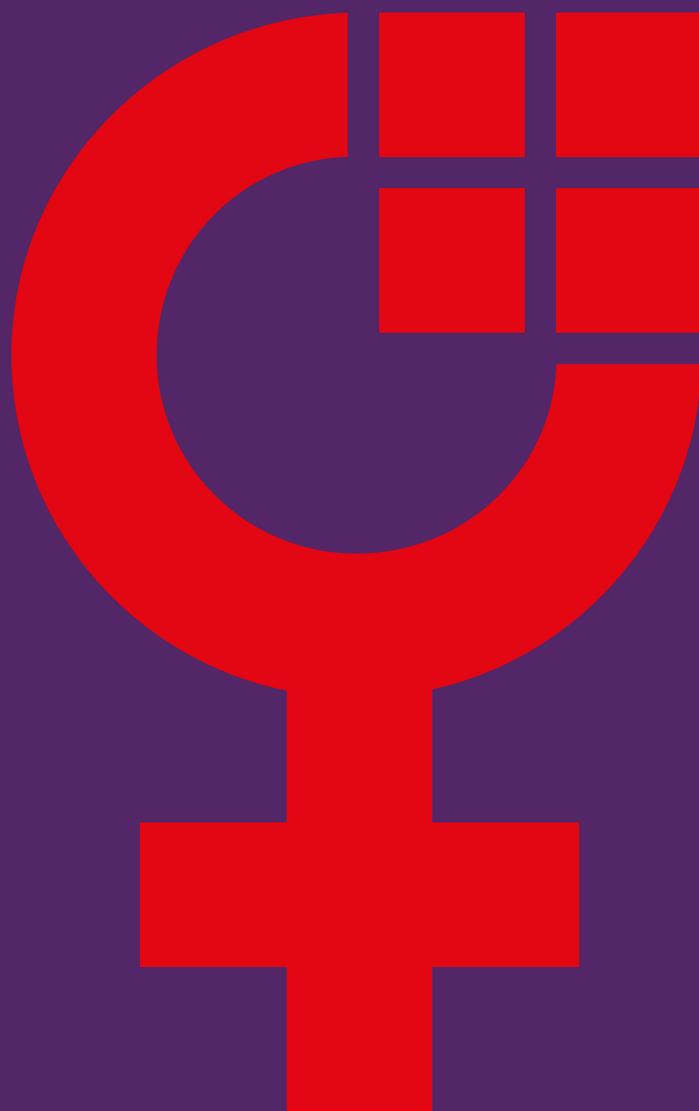


DER Mittelstand.

Das Unternehmermagazin

Themenschwerpunkt: Frauen im Mittelstand



Starke Frauen – Starker Mittelstand

Wie weiblich ist der deutsche
Mittelstand? Seite 36

Frauen in der Finanzbranche
Seite 74



TURKISH AIRLINES

A STAR ALLIANCE MEMBER 



Gemeinsam in die Zukunft mit exklusiven Vorteilen Aktionscode für BVMW-Mitglieder auch in 2022

Rabatt von bis zu 10% auf den Nettotarif
10kg zusätzliches Freigepäck

Aktionscode: die ersten vier Stellen der BVMW-Mitgliedsnummer
beginnend mit dem Buchstaben „D“ (Beispiel D555)

Buchungszeitraum:
bis 31. Dezember 2022

Reisezeitraum:
bis 31. März 2023

Gültig für Economy und Business Class Flüge im gesamten internationalen Streckennetz (Hinflug muss außerhalb der Türkei beginnen) von Turkish Airlines gebucht über die Website oder App | Nicht rabattiert werden Ticketsteuern, Gebühren und mögliche Zuschläge wie Sitzplatzreservierungen sowie von anderen Fluggesellschaften durchgeführte Flüge.

Ambitionierte Ampel

*Liebe Unternehmerinnen
und liebe Unternehmer,*

An guten Vorsätzen mangelt es der neuen Bundesregierung nicht. Der ambitionierte Titel des Koalitionsvertrags „Mehr Fortschritt wagen“ ist Programm. Auf nahezu allen Gebieten will das selbsternannte „Bündnis für Freiheit, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit“ einen Neuanfang wagen. Und allem Anfang wohnt bekanntlich ein Zauber inne.

Doch was bedeutet das für den Mittelstand? Was haben die Millionen Unternehmer und Selbstständigen von der Ampel zu erwarten? Vielleicht mehr, als manche Kritiker argwöhnen. Ein Abgleich des Koalitionsvertrags mit den Forderungen des BVMW zeitigt ein überraschendes Ergebnis: In zentralen Punkten zeigen sich inhaltliche Gemeinsamkeiten, ja Überschneidungen. Insofern trägt das Programmpapier eine mittelstandsfreundliche Handschrift.

Papier ist geduldig. Oder um Helmut Kohl zu zitieren: „Entscheidend ist, was hinten rauskommt.“ So bleibt abzuwarten, ob sich in der Ampel die wirtschaftliche Realität gegen grüne Idealvorstellungen durchsetzen kann. Deutschland agiert etwa beim Atomstrom und in der Flüchtlingspolitik zunehmend isoliert innerhalb der EU. Hier sollte Bundeskanzler Olaf Scholz beizeiten ein Machtwort sprechen.

Das gilt insbesondere für die Energiewende. Die Mehrheit der Mittelständler steht hinter den ehrgeizigen Klimazielen der Bundesregierung – noch. Das könnte sich angesichts explodierender Energiekosten rasch ändern. Denn 92 Prozent der Unternehmer erwarten laut unserer Umfrage zum Jahreswechsel weiterhin steigende Energiepreise. Für immer mehr Betriebe wird die Stromrechnung zur Überlebensfrage.

Hinzu kommt das Problem der Versorgungssicherheit. Bis zum Jahr 2030 sollen Erneuerbare Energien 80 Prozent des Strombedarfs decken. Gleichzeitig dürfte der Strombedarf weiterhin wachsen. Im Klartext: Ebenfalls bis 2030 müssen Erdgas und Erneuerbare in Höhe des heutigen deutschen Gesamtstrombedarfs neu ans Netz gehen. Nur so ließe sich der Wegfall von Atom- und Kohlestrom kompensieren.

Der Neustart der Ampel erfolgt in Zeiten von Corona. Hier zeichnet sich kein politischer Kurswechsel ab. Oder böse formuliert: Das Chaos aus schwarz-roten Tagen setzt sich fort. Lange werden wir uns das nicht mehr leisten können. Seit Ausbruch der Pandemie sind 350



Markus Jerger

BVMW Vorsitzender
der Bundesgeschäftsleitung

Milliarden Euro an Wirtschaftsleistung verloren gegangen. Allein das erste Quartal dieses Jahres kostet weitere 50 Milliarden. Unternehmen haben rund 60 Milliarden Euro weniger investiert.

Eine spürbare Entlastung der Wirtschaft ist das Gebot der Stunde. Sollte man meinen. Tatsächlich steigt die Belastung der Betriebe noch. Dazu trägt neben den Energiekosten die Anhebung des Mindestlohns von derzeit 9,82 Euro auf zwölf Euro bei, ein Plus von 22 Prozent. Ein Rückzieher der Bundesregierung ist unwahrscheinlich. Schließlich hatte der Wahlkämpfer Olaf Scholz den Mindestlohn als sein wichtigstes Gesetz bezeichnet.

Mit den Löhnen steigen die Preise. Das heizt die Inflation weiter an. Allein aus diesem Grund verstößt das staatliche Lohndiktat gegen die volkswirtschaftliche Vernunft. Zudem führt der Eingriff in die unternehmerische Freiheit die Arbeit der ebenfalls vom Staat eingesetzten Mindestlohnkommission ad absurdum. Das düpiert Arbeitgeber wie Gewerkschaften gleichermaßen.

Fortschritt erwächst aus Kooperation, nicht Konfrontation. Das gilt erst recht in Krisenzeiten. Der Mittelstand ist zur Zusammenarbeit bereit. Wir strecken der Ampel die Hand zu einem vertrauensvollen Dialog entgegen. Die neue Bundesregierung sollte aus den Fehlern ihrer Vorgängerin lernen. Unsere Wirtschaft, unser Land hat einen echten Neuanfang verdient.



*bleiben Sie gesund!
Herzlichst,
Olaf*

IN DIESER AUSGABE



11

Projekt Fortschritt



22

Der Mittelstand als Rückgrat des European Green Deal



34

„Erfolgreiche Unternehmerinnen sichtbar machen“

DEUTSCHLAND

- 6 News
- 8 Treiber der Transformation
- 11 Projekt Fortschritt
- 12 Was bringt die neue Legislaturperiode?
- 14 Umfrage: Mit Zuversicht ins neue Jahr
- 16 Weiterbildung – was muss sich ändern?
- 18 Für ein einheitliches Hafenkonzzept

EUROPA

- 20 News
- 22 Der Mittelstand als Rückgrat des European Green Deal
- 24 Impressum
- 26 Deutschlands Weg zur nachhaltigen Energieversorgung
- 28 Für ein starkes Europa
- 31 Digitaler Euro: Bargeld muss bleiben

SCHWERPUNKT

- 34 „Erfolgreiche Unternehmerinnen sichtbar machen“
- 36 Wie weiblich ist der deutsche Mittelstand?
- 38 Wenn nur die Bürokratie nicht wäre
- 40 Bloß nicht aufgeben: Vanessa Ellis
- 41 Pragmatisch statt perfekt: Melanie Volm
- 43 Starkes Selbstvertrauen: Stefanie Ridzkowski
- 44 Schnellzug Digitalisierung: Ursula Cantrup-Korporal
- 45 Transformation eines Flughafens: Dörthe Hausmann
- 47 Strukturwandel mit Power und Feingefühl: Petra Axel
- 48 Winzerin mit Leidenschaft: Jutta Fassian
- 50 Starke Frauen – Starker Mittelstand
- 52 Starke Frau: Andrea Ammerich-Geier
- 54 Starke Frau: Susanne Punner
- 56 Die Kompetenzen der Managerinnen
- 58 Mädchen und MINT
- 60 Unternehmerpaare: Fluch oder Segen?
- 62 Der kleine Unterschied
- 64 Netzwerk. Einsatz. Engagement.
- 67 Klassefrauen für die Wirtschaft
- 68 Digitalisierte Arbeitswelt fördert Chancengleichheit
- 70 Den Digital Gendergap schließen
- 72 Das Frauenbild in der Werbung – was ist sexistisch?
- 74 Frauen in der Finanzbranche
- 76 Betriebliche Weiterbildung nutzt allen
- 78 Frauen bauen Brücken
- 80 Tontine – der Mikrokredit für afrikanische Frauen
- 82 Kaufen Frauen wirklich anders?

BUNDESWIRTSCHAFTSSENAT

85 „Werte sollten nicht nur Teil von Slogans sein“

SERVICE

- 88 News
- 90 Vielfalt als Vorsprung
- 91 Auf zu neuen Ufern
- 93 Cybersicherheit in Ausbildungsbetrieben
- 94 Altersvorsorge und Arbeitgeberhaftung
- 96 DUB.de bringt Unternehmen und Nachfolger zusammen
- 97 Steuern auf den Punkt: Umsatzsteuer bei E-Commerce ins EU-Ausland
- 98 BVMW-Fördermittel-Beratung
- 99 Es geht um Menschenleben, Geld und Image
- 100 Lieferkettengesetz und Compliance praxisnah

BVMW

- 102 News
- 106 Vom Mathematik-Professor zum IT-Unternehmer
- 107 Klimaneutrale Masken und Matratzen

KULTUR

- 108 Kleines Theater ganz groß
- 110 FilmTipp: Die Unbeugsamen
- 111 SerienTipp: HERstory
- 112 BuchTipps
- 113 AppTipps
- 114 Nachgefragt: Bettina Stark-Watzinger



FSC Mix – Motor für die Veränderung im Wald

Der Druck von DER Mittelstand. erfolgt fortan auf umweltfreundlichem Papier. Das Label FSC Mix schließt einerseits Kleinproduzierende ins FSC-System mit ein, andererseits macht es die mit der Zertifizierung einhergehende Umstellung der Bewirtschaftung für Waldbesitzer wirtschaftlich sinnvoll. Mit dem Einsatz des Papiers schützen wir Wälder und Ökosysteme.



93

Cybersicherheit in Ausbildungsbetrieben



110

FilmTipp: Die Unbeugsamen

Liebe Leserinnen und Leser, nutzen Sie unseren neuen Service: Sie können ausgewählte Beiträge auch mit Ihrem Smartphone abscannen und digital lesen. Dies betrifft alle Beiträge, die mit einem QR-Code einschließlich BVMW-Logo versehen sind. Einfach mit dem Smartphone abscannen und auf allen Endgeräten beziehungsweise auch mobil lesen.



Darüber hinaus finden Sie das PDF dieser Ausgabe unter diesem QR-Code. In der digitalen Fassung sind sämtliche Hyperlinks aktiv. Wir empfehlen den Adobe Acrobat Reader für die optimale Darstellung und Funktionalität.

Tagesaktuelle Neuigkeiten aus dem Mittelstand finden Sie auf unserer Verbandswebseite.

www.bvmw.de

Deutschland

Erhöhung der Mindestausbildungsvergütung

Jede ab 1. Januar 2022 begonnene Ausbildung muss mit mindestens 585 Euro im Monat vergütet werden. Der Anstieg von 18 Prozent mehr im zweiten Lehrjahr, 35 Prozent mehr im dritten und 40 Prozent mehr im vierten bleibt unverändert.

Impfpflicht für Gesundheits- und Pflegeberufe

Wer in einem Gesundheits- oder Pflegeberuf arbeitet oder beruflich behinderte Personen betreut, muss seinem Arbeitsgeber bis zum 15. März 2022 eine Impfung gegen das Corona-Virus nachweisen. Ab dem 16. März können damit automatisch nur noch Personen eingestellt werden, die einen solchen Nachweis vorlegen können.



Gesetz für faire Verbraucherverträge

Ab dem 1. März 2022 dürfen Verträge mit zum Beispiel Fitnessstudios, Mobilfunkanbietern und Streaminganbietern nur noch maximal zwei Jahre am Stück laufen. Automatische Verlängerungen sind nur noch dann möglich, wenn Verbraucherinnen und Verbraucher jederzeit aus dem Vertrag aussteigen können, mit einer Kündigungsfrist von maximal einem Monat. Diese Änderung gilt jedoch nur für Verträge, die ab dem 1. März 2022 abgeschlossen werden. Ab Juli 2022 müssen zusätzlich Online-Anbieter einen sogenannten Kündigungsbutton vorhalten, damit online abgeschlossene Verträge auch wieder online beendet werden können. Diese Änderung gilt auch für Altverträge.



Michael Kellner, Parlamentarischer Staatssekretär im Wirtschaftsministerium und Mittelstandsbeauftragter, bei der Bundestagung des BVMW.

Neuer Mittelstandsbeauftragter der Bundesregierung beim BVMW

Der langjährige Grünen-Bundesgeschäftsführer Michael Kellner ist der neue Mittelstandsbeauftragte der Bundesregierung. Bei der Bundestagung des BVMW Mitte Januar stellte er sich dem Mittelstand vor und sprach erstmals öffentlich über die Vorhaben der Regierung. Er betonte, es werde mit den Krisenhilfen weitergehen: „Die Bundesregierung wird betroffene Unternehmen auch künftig nicht im Stich lassen.“ Insbesondere die Überbrückungshilfe IV verschaffe den „Unternehmen und ihren Beschäftigten Planungssicherheit“. Hoffnungsvoll stimmte er auf die Zeit nach der Pandemie ein. Bis dahin würden auch Mehrkosten für Sicherheitsvorkehrungen förderbar sein. Langfristig würde der Mittelstand zudem über die geplanten „Superabschreibungen“ der Bundesregierung entlastet.

Änderung der Bundesförderung für effiziente Gebäude

Die Bundesförderung für effiziente Gebäude (BEG) hat sich zum 1. Februar 2022 geändert. Fördergelder fließen zukünftig vermehrt dahin, wo das CO₂-Einsparpotenzial am höchsten ist. Das sind vor allem effiziente Neubauten und Gebäudesanierungen. Im Gegenzug entfällt seit dem 1. Februar 2022 das Förderbudget für weniger effiziente Neubauten. Bei neuen Wohngebäuden entfällt die Effizienzhausstufe 55, bei neuen Nichtwohngebäuden die Effizienzgebäude-Stufe 55.



Steuerfreier Corona-Bonus bis Ende März 2022

Arbeitgeber können ihren Beschäftigten bis zum 31. März 2022 einen Bonus auszahlen, der bis zu einer Höhe von 1.500 Euro steuerfrei ist. Die Bonuszahlung soll zur Abmilderung der zusätzlichen Belastung der Corona-Pandemie dienen. Die Zahlung darf nur zusätzlich zum Arbeitslohn erfolgen.



EZB prognostiziert höhere Inflation für 2022

Die Ökonomen der Europäischen Zentralbank (EZB) erwarten für das Jahr 2022 in der Währungsunion eine Inflationsrate von durchschnittlich 3,2 Prozent. Damit wurde die im September aufgestellte Prognose von 1,7 Prozent fast verdoppelt. Indessen soll im ersten Quartal 2022 das Vorkrisenniveau erreicht werden.

Obergrenze für Einlagenschutz

Als Konsequenz der Pleite der Greensill Bank AG haben private Banken eine Obergrenze des freiwilligen Einlagenschutzes bestimmt. Demnach sollen ab Januar 2023 für private Sparer und Stiftungen lediglich fünf Millionen Euro pro Bank abgesichert werden. Eine Anpassung auf drei Millionen Euro folgt 2025. Mit dem Abschluss der Reform im Jahr 2030 gilt dann ein Höchstbetrag von einer Million Euro.



Verlängerung der Innovationsprämie für E-Autos

Bundeswirtschaftsminister Dr. Robert Habeck verlängert die Förderung von E-Autos um ein weiteres Jahr bis Ende 2022. Demnach sind bis zu 9.000 Euro Förderung für rein elektrische Fahrzeuge und bis zu 6.750 Euro für Plug-In-Hybride möglich. Ab 2023 soll die Förderung noch stärker am Klimaschutz ausgerichtet werden. Gefördert werden dann nur noch Elektrofahrzeuge mit nachweislich positivem Klimaschutzeffekt.



Abgabemöglichkeit von Elektro-Altgeräten

Durch eine Änderung des Elektro- und Elektronikgerätegesetzes soll Verbraucherinnen und Verbrauchern die Möglichkeit gegeben werden, alte Elektrogeräte auch im Supermarkt oder Discounter abgeben zu können. Für kleine Geräte wie Smartphones und Taschenlampen gilt die Rücknahme unabhängig vom Kauf eines neuen Artikels. Bei größeren Artikeln greift die Pflicht nur beim Kauf eines neuen Artikels. Voraussetzung für die erweiterte Rücknahmepflicht ist eine Ladenfläche von mehr als 800 Quadratmetern. Außerdem müssen die Händler selbst mehrmals im Jahr Elektrogeräte anbieten, um überhaupt betroffen zu sein. Die Gesetzesnovelle gilt seit dem 1. Januar 2022. Für die Händler gibt es eine Übergangsfrist von sechs Monaten.



Treiber der Transformation

Hätten wir nur ein Wort, mit dem wir Gegenwart und absehbare Zukunft beschreiben, dann wäre das sicher „Transformation“: Der Pfad Richtung Klimaneutralität und die digitale Transformation sind zwei gleichzeitig verlaufende, tiefgreifende Veränderungsprozesse, die alle wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bereiche durchdringen.

Der notwendige Optimismus, den es zur erfolgreichen Umsetzung dieser teils disruptiv wirkenden Prozesse benötigt, kann aus dem Gestaltungsaspekt, der dem Transformationsbegriff zugrunde liegt, gewonnen werden: Die Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft im digitalen Zeitalter und Richtung Klimaneutralität wird stark technologiegetrieben sein. Technologischer Wandel aber ist kein Schicksal, sondern wird von Menschen, von Unternehmen, aktiv gestaltet. Nordrhein-Westfalen hat mit seiner starken wirtschaftlichen Basis und seinen zahlreichen innovationsfreudigen Unternehmen beste Voraussetzungen, um die Chancen, die in der Transformation für die Wettbewerbsfähigkeit unserer Wirtschaft liegen, zu heben.

Hohe Investitionen notwendig

Der entscheidende Treiber der Transformation ist der Einsatz von Technologie. Ein weiteres Antriebsmittel muss aber hinzukommen und deutlich benannt werden: der Einsatz finanzieller Mittel. Dies verantwortlich zu beschreiben und entsprechend zu unterstützen, ist auch ein ökonomisches Anliegen: Der Verzicht auf transformative Anstrengungen würde Umsatz und Arbeitsplätze riskieren und unternehmerische Chancen, gerade bei mittelständischen Unternehmen, zunichtemachen. Innovationen, Investitionen und ihre Finanzierung sind der Schlüssel zur Bewältigung der Herausforderungen, die in den nächsten Jahren jedem Unternehmen gestellt werden.

Die Dimensionen sind groß. Die Transformation erfordert Investitionen und Finanzierungen in Milliardenhöhe. Eine aktuelle Studie

des Instituts der deutschen Wirtschaft beziffert den Investitionsbedarf in Nordrhein-Westfalen bis 2030 auf jährlich rund zehn Prozent der Wirtschaftsleistung – das entspricht 70 Milliarden Euro in jedem Jahr für Ersatz- und zusätzliche Investitionen. Beispielhafte Investitionsfelder sind Schlüsseltechnologien wie der 3D-Druck, Künstliche Intelligenz und Blockchain, aber auch Elektromobilität, Erneuerbare Energien und energieeffiziente Gebäude.

„ Innovationen, Investitionen und ihre Finanzierung sind der Schlüssel zur Bewältigung der Herausforderungen, die in nächsten Jahren jedem Unternehmen gestellt werden.

Neue Wege in der Finanzierung

Um den Unternehmen bei der Finanzierung zur Seite zu stehen, brauchen wir eine bessere Vernetzung von Kreditfinanzierung, Absicherung und Garantien, eine bessere Venture Capital-Ausstattung und neue Instrumente der Innovationsfinanzierung. Es gilt, Rahmenbedingungen konsequent auf Innovation, kluge Anreize und Gestaltungsmöglichkeiten im Wettbewerb sowie auf schlanke Regulierung auszurichten. Zur Finanzierung nachhaltiger Projekte können die



Instrumente des Kapitalmarktes eingesetzt und so die Marktkräfte genutzt werden. Für andere Projekte wird es schwieriger. In einigen Branchen müssen Betriebe mit erheblichem Tempo ihren kompletten Kapitalstock umbauen.

Zugleich muss das Bewusstsein für die neuen Herausforderungen wachsen. Einer besseren Vernetzung, dem Informationsaustausch und Wissenstransfer kommt eine hohe Bedeutung zu. Die neue EU-Taxonomie etwa stellt höhere Anforderungen an die ökologische, soziale und unternehmerische Verantwortung (ESG-Kriterien). Sustainable Finance wird zum „Game Changer“ und entfaltet große Auswirkungen auf Finanzwirtschaft und Unternehmen. Gerade Mittelständler haben hier noch Informations- und Beratungsbedarf, der dringend gestillt werden muss.

Eine starke Realwirtschaft braucht einen starken Finanzplatz. Für Finanzwirtschaft und Unternehmen eröffnen sich in wachsenden Märkten der Digitalisierung und Nachhaltigkeit neue Perspektiven. Kluge Ideen, zukunftssträchtige Geschäftsmodelle und nachhaltig wirkende Investitionen sind das beste Mittel, um in herausfordernden Zeiten neue Chancen für Unternehmen, Investoren und Finanziers gleichermaßen nutzbar zu machen. Neben Banken, Sparkassen und Kreditgenossenschaften kommt auch der NRW.BANK eine wichtige Rolle bei der Transformationsfinanzierung zu, die wir weiter stärken wollen.

Gerade mit Blick auf die enormen Finanzierungsbedarfe gilt: Innovation und Kooperation sind unverzichtbar. Mit der Initiative Fin.Connect.NRW unterstützen wir als Landesregierung die Vernetzung von Wissenschaft, Finanzwirtschaft und mittelständischen Betrieben. Informationsveranstaltungen fördern den Austausch und die Kooperation.

Politik schafft die richtigen Rahmenbedingungen

Zusammenarbeit ist neben Technologie und Finanzierung ein drittes Antriebsmittel der Transformation. Dies erfordert ein entsprechendes Mindset, das politisch wie unternehmerisch zur Geltung kommen muss. Retardierende Impulse, die Veränderungen hemmen, können wir uns schlichtweg nicht mehr leisten. Der Switch im politischen Mindset wird sich vor allem im Bereich der Regulierung

und der Genehmigungsverfahren zeigen müssen – die notwendige staatliche Enabler-Rolle erfordert drastische Veränderungen der Verfahren und Prozesse, die schlanker, schneller und digitaler werden müssen. Nordrhein-Westfalen hat das neue Mindset zur Grundlage der Entfesselungspolitik der Landesregierung gemacht und mit mittlerweile acht Entfesselungspaketen zahlreiche Hemmnisse für die heimische Wirtschaft aus dem Weg geräumt.

Für die Unternehmen heißt es, die transformativen Herausforderungen zu (er)kennen und ganz im Sinne des eingangs erwähnten Optimismus die Chancen eines zu gestaltenden Prozesses in den Blick zu nehmen. Gerade der Mittelstand ist zu ermutigen, sich mit Technik und Finanzierung der Transformation zu beschäftigen und selbst zum Träger und Treiber des Wandels zu werden.



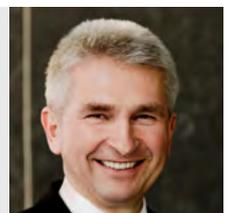
Gut zu wissen

Mit Fin.Connect.NRW wurde eine Plattform geschaffen, die sich vor allem mit den Themen Neustart nach Corona und der Finanzierung der wirtschaftlichen Transformation befasst, Lösungsvorschläge erarbeiten und Projekte anstoßen soll.

Weitere Infos unter:
www.wirtschaft.nrw/finconnectnrw

Prof. Dr. Andreas Pinkwart
Minister für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie des Landes
Nordrhein-Westfalen

www.land.nrw/landeskabinett/
prof-dr-andreas-pinkwart





Projekt Fortschritt

Die führenden Köpfe aus SPD, Bündnis 90/Die Grünen und FDP stellten im November 2021 ihren Koalitionsvertrag für den Bund mit dem Titel „Mehr Fortschritt wagen – Bündnis für Freiheit, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit“ vor. Wie ist dieser aus mittelständischer Sicht einzuschätzen?

Im Koalitionsvertrag werden die Weichen für die politische Arbeit der Ampel-Koalitionäre für die nächsten vier Jahre gestellt und die wichtigsten gemeinsamen politischen Projekte des Bündnisses auf insgesamt 177 Seiten aufgezeigt.

Gerade beim Klima, in der Baupolitik und bei der Digitalisierung von Staat und Wirtschaft wollen die Koalitionäre in der neuen Legislaturperiode eigene Schwerpunkte setzen – was sich nicht zuletzt auch bei den Ministeriumszuschnitten der neu gebildeten Ampel-Regierung zeigt.

Schwerpunkte und Ministerien

Das unter Dr. Robert Habeck fortan als „Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz“ geführte Ressort lässt kaum Zweifel daran, dass der sozial-ökologische Wandel von Industrie und Wirtschaft Kernelement aller wirtschaftspolitischen Vorstöße der nächsten Jahre bilden wird. Mit dem neu geschaffenen „Ministerium für Bauen und Wohnen“ übernimmt Klara Geywitz von der SPD einen Politikbereich, in dem sich die Ampel-Koalition ehrgeizige Ziele gesetzt hat: Nicht weniger als 400.000 neue Wohnungen will die Koalition pro Jahr durch eine „Bau- und Investitionsoffensive“ schaffen. Der bisherige FDP-Generalsekretär Dr. Volker Wissing wird zukünftig zudem die Digitalpolitik federführend aus dem „Bundesministerium für Verkehr und Digitales“ gestalten, das hierfür ausgebaut wurde. Die bisher unter dem Bundeswirtschaftsministerium verortete Abteilung für „Digital- und Innovationspolitik“ zieht hierfür in das Ministerium des FDP-Politikers um.

Bewertung aus Sicht des Mittelstands

Der Koalitionsvertrag weist viele inhaltliche Gemeinsamkeiten und Überschneidungen zu den Forderungen des BVMW anlässlich der Bundestagswahl auf. Gleichzeitig wird eine Reihe von Themenbereichen angesprochen und mit Zielsetzungen versehen, die den Mittelstand sowohl indirekt als auch direkt betreffen. In einer Gesamtbewertung kann also durchaus davon gesprochen werden, dass der Koalitionsvertrag eine mittelstandsfreundliche Handschrift trägt. Dennoch bleibt in vielerlei Hinsicht abzuwarten, wie bereits angekündigte Maßnahmen umgesetzt und vor allem finanziert werden sollen. Neben mehr oder weniger konkreten Vorschlägen, insbesondere

im Bereich des Klimaschutzes und der Digitalisierung, finden sich mehrere vage Absichtserklärungen, die zwar generell in die richtige Richtung weisen, im Detail aber noch einer Ausformulierung und Vertiefung bedürfen. Auffällig ist hierbei, dass die neue Bundesregierung bereichsübergreifende Investitionen plant und bestehende bürokratische Hürden effektiv abbauen will. Gleichzeitig lässt sich aber auch feststellen, dass die Koalitionäre auf Steuererhöhungen verzichten und ab dem Jahr 2023 die Schuldenbremse wieder einhalten wollen. Daher stellt sich die Frage, wie diese durchaus löblichen Absichten unter Einhaltung fiskalischer Spielräume realisiert werden sollen.

„ Gleichzeitig lässt sich aber auch feststellen, dass die Koalitionäre auf Steuererhöhungen verzichten und ab dem Jahr 2023 die Schuldenbremse wieder einhalten wollen.“

Der Mittelstand.BVMW wird den Erfolg der Bundesregierung daran messen, wie schnell und zielgerichtet die wichtigsten Vorhaben aus dem Koalitionsvertrag umgesetzt werden. Die Finanzierung der Maßnahmen und die Qualität des Abbaus bürokratischer Hürden werden dabei im Fokus stehen. Zu den Maßnahmen, die aus Sicht des Mittelstands besondere Beachtung verdienen, wird sich der Verband ausführlich äußern.



Sebastian Krauß
BVMW Büroleitung Public Affairs

sebastian.krauss@bvmw.de



Was bringt die neue Legislaturperiode?

Worauf kommt es in der neuen Legislaturperiode besonders an? Dazu äußern sich Mitglieder unseres Politischen Beirats. Diesem gehören erfahrene, hochrangige Persönlichkeiten des politischen Lebens an, die sich in besonderer Weise für den Mittelstand in Deutschland engagieren.



Alexander Graf Lambsdorff, MdB, FDP
Stellvertretender Vorsitzender der FDP-Fraktion im Deutschen Bundestag

„Die großen Herausforderungen unserer Zeit machen nicht an nationalen Grenzen Halt. Klimawandel, Digitalisierung und Migration erfordern mehr internationale Zusammenarbeit gerade mit unseren demokratischen Verbündeten weltweit. Gleichzeitig muss die neue Bundesregierung Antworten auf die wachsende Spaltung der Gesellschaft finden. Das geht nur, wenn wir Politik machen, die sichtbare Erfolge erzielt. Überbürokratisierung und endlose Genehmigungsverfahren stehen diesem Ziel im Weg. Die nächsten vier Jahre müssen Jahre des Fortschritts werden.“



Jürgen Braun, MdB, AfD

„In den kommenden vier Jahren werden sich bereits bestehende Probleme weiter verschärfen: die durch eine desaströse Familienpolitik herbeigeführte Überalterung der Gesellschaft, die dadurch steigende Zahl an Transferleistungsempfängern etc. Es kommen die fortgesetzten Corona-Maßnahmen hinzu, unter denen das deutsche Bruttoinlandsprodukt leidet. Wer sich als mittelständischer Unternehmer auf Teile der neuen Bundesregierung verlassen hat, ist nun angesichts des vorliegenden Koalitionsvertrags bitter enttäuscht.“



Dr. Hans-Peter Friedrich, MdB, CSU
Bundesminister a. D.

„In erster Linie muss es jetzt darum gehen, Stabilität sicherzustellen. Das bedeutet keine weitere Verschuldung, Kontinuität in der Handelspolitik und Verstärkung der Bemühungen um Krisenresilienz. Um den strukturellen Herausforderungen von Digitalisierung und Dekarbonisierung sowie Bewältigung des demografischen Wandels gerecht zu werden, müssen unsere Entscheidungs- und Planungsmechanismen schlanker, schneller und flexibler werden. Staatliche Eingriffe verunsichern Investoren, belasten unsere Unternehmen und zeigen nur selten die gewünschte

Wirkung. Die neue Regierung täte gut daran, auf die Kräfte des Unternehmertums, des Wettbewerbs und die Innovationsfähigkeit unseres Mittelstands zu vertrauen.“



Dr. Gregor Gysi, MdB, Die Linke

„Das Problem der Bundespolitik in den nächsten vier Jahren wird in den Widersprüchen zwischen der SPD, Bündnis90/Die Grünen und der FDP liegen. Bekanntlich wollten die einen Steuererhöhungen, die anderen Steuersenkungen, herauskommt, dass weder das eine noch das andere stattfinden wird. Wenn Herr Lindner tatsächlich die Mitte vertreten und entlasten will, müsste er den Mut entwickeln, die großen Banken und Konzerne gerecht heranzuziehen. Ich habe meine Zweifel. Außenpolitisch befürchte ich bei Frau Baerbock mehr Sanktionen und weitere Zuspitzung statt Abbau der Konfrontation.“



Professor Dr. Wolfgang Reinhart, MdL, CDU
Vizepräsident des Landtags in Baden-Württemberg

„Die neue Ampelregierung hat eine große Chance und damit Vertrauensvorschuss verdient. Entscheidend wird nun das Handeln bei der Umsetzung des Koalitionsvertrages sein. Die neue Ampelregierung wird in vielfältiger Weise gefordert sein. Zur Nachhaltigkeit wird auch die Tragfähigkeit der sozialen Sicherungssysteme gehören müssen. Diese müssen jetzt endlich zukunftsfest gestaltet werden. Gerade bei den ‚3-D-Aufgaben‘ (Digitalisierung, Dekarbonisierung und Demographie) wird sich verstärkt auswirken, dass die Baby-Boomer-Generation (1955 – 1965) in den kommenden Jahren zunehmend in den Ruhestand geht. Deshalb ist reformbewusstes Handeln bei diesen demographischen Veränderungen und zunehmender Lebenserwartung dringend geboten. Der neuen Regierung ist zu wünschen, dass sie erfolgreich einen neuen Fortschritt wagt und derselbe auch gelingt.“



DIGITAL. IST FÜR SIE
NICHT NUR EIN ORT
ZWISCHEN ZWEI BERGEN?

DAS **TRAININGSCENTER**
FÜR **ENTSCHEIDER**
IM **MITTELSTAND.**



Umfrage: Mit Zuversicht ins neue Jahr

Der Mittelstand lässt sich nicht unterkriegen – trotz Corona-Pandemie, Lieferengpässen, Rohstoffknappheit und explodierenden Energiekosten. Dies zeigt die aktuelle Unternehmerumfrage 2021/22 des BVMW, an der sich im Dezember 2021 bundesweit über 2.000 Unternehmerinnen und Unternehmer aller Branchen beteiligt haben.



Energieintensive Unternehmen, wie beispielsweise Druckereien, leiden ganz besonders unter den explodierenden Energiekosten.

Wie die Umfrage zeigt, ist die große Mehrheit der Mittelständler im Blick auf die eigene Geschäftslage zuversichtlich: Mehr als die Hälfte schätzt die eigene Geschäftslage als gut oder sehr gut ein, knapp ein Drittel als befriedigend. Zudem rechnen vier von fünf Unternehmen damit, dass sich die Geschäftslage im kommenden Jahr gleichbleibend oder sogar günstiger entwickeln wird. Weniger zuversichtlich sind die Unternehmerinnen und Unternehmer allerdings mit Blick auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung: Mehr als die Hälfte erwartet in den kommenden zwölf Monaten eine Rezession. Dies steht in deutlichem Kontrast zu Konjunkturprognosen der Wirtschaftsforschungsinstitute, die für 2022 von Wirtschaftswachstum ausgehen.

Wirtschaftspolitische Aufgaben

Bei den wirtschaftspolitischen Aufgaben, die von der neuen Bundesregierung vorrangig angepackt werden sollten, ergibt sich ein ähnliches

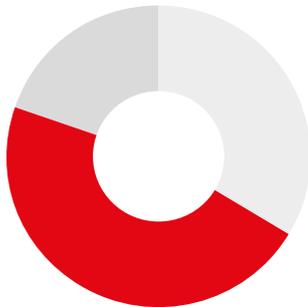
Bild wie in den Vorjahren. So messen fast 85 Prozent dem Bürokratieabbau oberste Priorität bei. Fast 60 Prozent fordern, dass die Sozialabgaben nicht weiter erhöht werden sollen. Gut jeder zweite Mittelständler mahnt verkürzte Planungs- und Genehmigungsverfahren und eine Senkung der Unternehmenssteuern an. Eine Senkung der Energiekosten sehen fast 60 Prozent als zweitwichtigste Aufgabe an.

Energiekosten: dringender Handlungsbedarf

„Explodierende Energiekosten treiben immer mehr Mittelständler an den Rande des Ruins. Mehr als 90 Prozent rechnen damit, dass die Preise für Energie in Zukunft sogar noch weiter steigen werden. Es ist daher höchste Zeit, dass Robert Habeck als neuer Wirtschaftsminister eingreift. Um die Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen zu sichern, muss als erster Schritt die Stromsteuer auf das europäische Mindestniveau gesenkt werden“, erklärt Der Mittelstand. BVMW-Bundesgeschäftsführer Markus Jerger.

So sieht der Mittelstand die wirtschaftliche Situation:

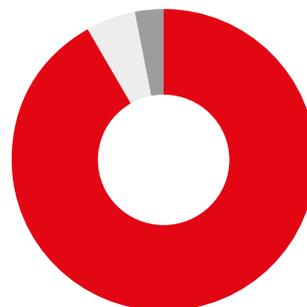
Wie wird sich Ihre **Geschäftslage in den kommenden 12 Monaten** entwickeln?



■ günstiger 33,62 %
 ■ gleich 46,70 %
 ■ ungünstiger 19,68 %

Die Mittelständler starten optimistisch ins neue Jahr – was das eigene Unternehmen betrifft.

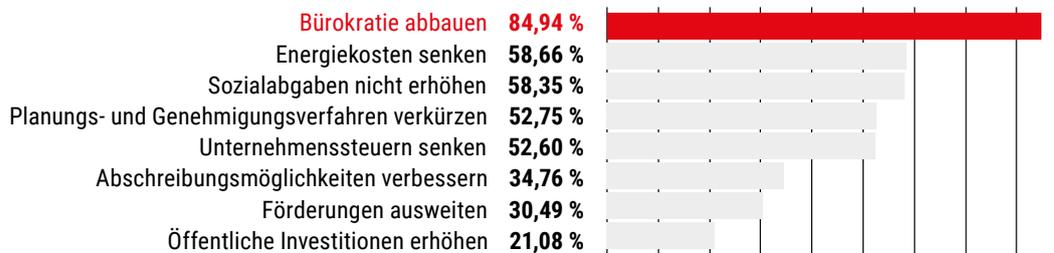
Erwarten Sie, dass die **Energiepreise** in Deutschland in den kommenden fünf Jahren weiter steigen werden?



■ ja 91,93 %
 ■ nein 5,15 %
 ■ keine Angabe 2,92 %

Mehr als 90 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer erwarten weiter steigende Energiepreise.

Welche **wirtschaftspolitischen Aufgaben** sollte die neue Bundesregierung zur Bekämpfung der Folgen der Coronakrise vorrangig anpacken? (Mehrfachnennung möglich)



Fast 85 Prozent der Mittelständler sehen den Bürokratieabbau als oberste Priorität, gefolgt von der Senkung der Energiekosten (fast 60 Prozent). Ebenfalls fast 60 Prozent fordern, dass die Sozialabgaben nicht erhöht werden.

Die Bundesregierung müsse erkennen, dass die Lage am Energiemarkt ihre Klimaziele unterläuft, so Jerger. Mehr als 86 Prozent der Mittelständler nennen ihr eigenes Verantwortungsgefühl als Hauptgrund, Nachhaltigkeit im Unternehmen umzusetzen. Gleichzeitig sehen sich über 50 Prozent nicht imstande, die weiter steigenden Energiepreise zu schultern. „Der Mittelstand will die Klimaziele erreichen, ohne die Unterstützung der Politik wird dies aber nicht gelingen“, warnt Jerger.

Die Verzweiflung vieler Unternehmer bei der Energiefrage spiegelt sich auch in der Debatte zum Thema Kernenergie. Vier von zehn Mittelständlern fürchten durch Atomausstieg und beschleunigten Kohleausstieg um die Versorgungssicherheit ihres Betriebs. Fast 57 Prozent befürworten daher eine Laufzeitverlängerung für die bestehenden Kernkraftwerke. „Wenn die Ampel-Koalition die Akzeptanz der Energiewende im Mittelstand retten will, sollte sie schleunigst den dezentralen Ausbau der Erneuerbaren vorantreiben“, betont Jerger.

Sonntagsfrage: FDP Spitzenreiter

Bei der Sonntagsfrage erreichen FDP (35,6 Prozent / 2020: 20,8 Prozent) und Union (25,6 Prozent / 2020: 43,3 Prozent) zusammen eine deutliche Mehrheit. Es folgen Grüne (11,9 Prozent / 2020: 13,2 Prozent), AfD (8,2 Prozent / 2020: 7,6 Prozent) und SPD (7,5 Prozent / 2020: 3,2 Prozent). Klarer Verlierer ist wie schon im Vorjahr die Linke (1,5 Prozent / 2020: 2,5 Prozent). „Um das Vertrauen der Unternehmer zu gewinnen, muss die neue Bundesregierung den warmen Worten für den Mittelstand im Koalitionsvertrag nun auch Taten folgen lassen. Unsere Unternehmerumfrage gibt die Agenda für 2022 vor“, so Der Mittelstand.BVMW-Bundesgeschäftsführer Markus Jerger.



Weiterbildung – was muss sich ändern?

Die Digitalisierung sorgt für einen tiefgreifenden Wandel der Arbeitswelt. Im Zuge dieses Veränderungsprozesses ist die Aus- und Weiterbildung der Beschäftigten und Auszubildenden enorm wichtig. Worauf muss besonders geachtet werden?



Die Arbeitswelt ist durch eine tiefgreifende Transformation geprägt. Der Wandel stellt eine Vielzahl von Beschäftigten vor neue Herausforderungen, bisher erworbene Qualifikationen allein werden nicht mehr ausreichend sein. Um auch in der Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Qualifizierung und Weiterbildung umgestaltet werden. Nur so kann Deutschland in der Arbeitswelt 4.0 bestehen.

Aufgrund der zunehmenden Technifizierung und Digitalisierung braucht es auch weiterhin Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebote. Der Mittelstand.BVMW hat sieben Forderungen aufgestellt, um die Chancen der Qualifizierung optimal zu nutzen:

■ Abfindungen bei Arbeitsplatzwechsel steuerfrei stellen

Wir fordern die Steuerfreiheit von Abfindungen, wenn Arbeitnehmer ihren Arbeitsplatz wechseln. Zudem sollen betroffene Beschäftigte begleitend zum Arbeitsplatzwechsel eine Qualifizierung und Fortbildung erhalten. Ein besonderer Fokus sollte dabei auf Engpassberufen liegen.

■ Zusätzliche Förderung in Richtung von Engpassberufen schaffen

Eine zusätzliche Förderung bei der Qualifizierung sollte vor allem in Richtung von Engpassberufen erfolgen.

■ Übergangszahlung einführen

Ausgleichszahlungen der Bundesagentur für Arbeit an Beschäftigte sind denkbar, die nach Weiterbildung und Qualifizierung in einen Engpassberuf wechseln. Diese Zahlungen würden eine Art Übergangszahlung zur Begleitung des Wechsels in einen Engpassberuf darstellen.

■ Pflichtstunden deutlich verringern

Der BVMW plädiert für eine Straffung der Pflichtstunden der Qualifizierungen, um die Bereitschaft von Unternehmen zur Durchführung und die Bereitschaft der Beschäftigten zur Teilnahme zu erhöhen. Wichtig ist, dass die Geschäftstätigkeit des Unternehmens nicht übermäßig eingeschränkt wird.

■ Fachkräfte und Hochqualifizierte stärker berücksichtigen

Auch Fachkräfte und Hochqualifizierte sind von der Transformation der Arbeitswelt betroffen. Sie müssen bei Qualifizierung und Weiterbildung besonders berücksichtigt werden.

■ Bürokratieabbau forcieren

Die Beantragung und Auszahlung der Förderleistungen muss erleichtert und beschleunigt werden.

■ Bildungsträger poolen

Unternehmen oder Bildungsträger, die für andere Unternehmen den theoretischen Teil einer Fortbildung anbieten beziehungsweise die Förderung für andere Unternehmen organisieren, müssen gefördert und finanziell unterstützt werden.



Gut zu wissen

Zum Positionspapier: https://bvmw.info/Positionspapier_Weiterbildung

Gemeinsam in eine starke Zukunft.

Der Mittelstand. BVMW

Seien Sie dabei – werden Sie Mitglied und bringen auch Sie Ihre Stimme ein:
www.bvmw.de/ihre-stimme



www.bvmw.de/ihre-stimme



Der
Mittelstand.
BVMW

Bundesverband mittelständische Wirtschaft
Unternehmerverband Deutschlands e.V.



Für ein einheitliches Hafenkonzept

Der BVMW hat sich im vergangenen Jahr medienwirksam für die Gestaltung einer zukunftsgerichteten Hafenstrategie eingesetzt. Im Interview spricht Mareike Zeuge, Geschäftsführerin der Möller Survey Verwaltungs GmbH in Bremerhaven, darüber, welche Bedeutung der Mittelstand für die Häfen hat und wie er dabei helfen kann, die Krise der deutschen Containerhäfen zu meistern.

DER Mittelstand.: Wie kann der Mittelstand dazu beitragen, die Strukturen in den deutschen Containerhäfen zu verbessern?

Mareike Zeuge: Um die Zukunft der Häfen wirksam gestalten zu können, müssen wir gemeinsam alte Positionen überdenken. Der Mittelstand kann hier eine hervorragende Vermittlerposition einnehmen und einen Branchendialog als Instrument für den Standortwettbewerb moderieren. Auf diese Weise können innovative Lösungsansätze aus den mittelständischen Unternehmen in zukünftige Hafenkonzepte einfließen. Am Ende können neue Geschäftsmodelle entstehen, die durch eine verstärkte Unternehmensansiedlung Wertschöpfung in die Häfen bringen, ohne eine Konkurrenzsituation zu den etablierten Hafendienstleistern zu begründen. So können völlig neue Beschäftigungsperspektiven, Erwerbsbiografien und dadurch Chancen für den Hafenstandort entstehen. Der Mittelstand ist der ideale Akteur, um diesen Wandel aktiv zu gestalten.

Wir haben zuletzt viel über das nationale Hafenkonzept gesprochen. Wenn Sie sich für ein neues Hafenkonzept etwas wünschen dürften, was wäre das?

Unternehmen aus dem Mittelstand handeln flexibel, agil und bieten smarte Lösungsansätze. All dies wünsche ich mir auch für ein einheitliches Hafenkonzept. Nur mit einem ganzheitlichen Ansatz und einer unvoreingenommenen Überprüfung der Strukturen werden wir die Wettbewerbsfähigkeit der Häfen sichern können. Dies gilt besonders für den bereits stattfindenden Strukturwandel. Durch den voranschreitenden Digitalisierungsgrad ist es wichtiger denn je, frühzeitig an Beschäftigungsalternativen in Bezug auf die Mitarbeiter und deren traditionelle Arbeitsplätze zu denken. Der Mittelstand stellt diese Alternativen in Form attraktiver Stellen zur Verfügung. Darüber hinaus sollten wir uns darauf konzentrieren, die Ware selbst wieder verstärkt in den Fokus zu rücken und die Servicequalität der Häfen zu steigern. Dazu gehören effiziente Umschlagsabläufe, die eine optimale Auslastung von Mitarbeitern, Infrastrukturen und Equipment



Der Mittelstand kann dazu beitragen, die Krise der deutschen Containerhäfen zu meistern.

in Peak-Phasen, aber auch in Schichten mit geringem Umschlagsvolumen gewährleisten.

Welche Herausforderungen werden auf die deutschen Häfen in den kommenden Monaten und Jahren zukommen?

Die Konkurrenz in den Westhäfen, im Mittelmeerraum und in Osteuropa schläft nicht. Hier hat man Chancen zur richtigen Zeit erkannt und spielt in den globalen Lieferketten eine entscheidende Rolle. Für die deutschen Häfen wird es deshalb darauf ankommen, sich gegen diese Konkurrenz zu behaupten. Dafür braucht es eine aktive Ladunglenkung und ein Anforderungsmanagement, das auch die Versender berücksichtigt. Das wird nur gelingen, wenn wir auf eine verstärkte Kooperation der deutschen Hafenstandorte setzen. Konkret bedeutet das: ein gemeinsames, einheitliches Hafenkonzept. Gleichwohl wird es wichtig sein, auch die administrative Ebene zu betrachten. Wollen wir die Wettbewerbsfähigkeit steigern, benötigen wir die europaweit einheitliche Anwendung von Zoll- und Erhebungsverfahren. Diesen Aufgaben werden sich Bund, Länder, Häfen und mittelständische Wirtschaft gemeinsam stellen müssen.

Das Interview führte Daniela Bessen,
BVMW Leiterin des Kreisverbands Bremen.



Visitenkarte

Mareike Zeuge ist Geschäftsführerin der Möller Survey Verwaltungs GmbH in Bremerhaven. Dort steht sie als Vorgesetzte den Schiffsbesichtigern und Ladungssachverständigen für die Bereiche H&H, BB und Automobile vor. Zudem koordiniert sie deren Arbeitseinsätze weltweit.

BVMW-Mitglied

www.moeller-expert.com



Europa

Mindestlohn wird EU-weit steigen

Nach einer Entschließung des Europaparlaments über „angemessene Mindestlöhne“ haben nun die Verhandlungen mit dem Rat über dieses Thema begonnen. Gleichzeitig debattieren viele EU-Staaten über eine Erhöhung der Mindestlöhne auf nationaler Ebene – wie auch Deutschland, wo die Ampelkoalition den Mindestlohn auf 12 Euro anheben will. Aktuell hat Luxemburg mit 12,83 Euro die höchste Untergrenze, Bulgarien liegt mit 1,84 Euro am Ende der Tabelle. Am 1. Juli wird hierzulande die Grenze auf 10,45 Euro angehoben, also ist der Schritt bis 12 Euro, der von vielen Wirtschaftsweisen unterstützt wird, nicht so groß. Es soll sich um eine einmalige Anpassung handeln, danach wird die Höhe wieder von der Mindestlohnkommission geregelt.

<https://www.iwkoeln.de> > Studien > Mindestlohn



Kurswechsel in der China-Politik

Als Europaabgeordneter ist Reinhard Bütikofer (Die Grünen) seit Jahren ein scharfer Kritiker der deutschen China-Politik, die in dem Land mit 1,4 Milliarden Einwohnern vor allem einen Absatzmarkt für exportstarke Unternehmen sieht. Volkswagen verkauft vier von zehn Fahrzeugen in China. Doch nun wird sich Deutschlands Kurs gegenüber China ändern. „Wir sind durchaus zur Zusammenarbeit mit China bereit – auf der Basis von Menschenrechten und internationalem Recht“, heißt es dazu. Seit Jahren müssen europäische Unternehmen in China mehr Einschränkungen hinnehmen als chinesische Firmen in Europa. Schon Mitte 2021 hatte das Europaparlament mit großer Mehrheit gegen ein Investitionsabkommen mit China gestimmt. Auch in der Kommission hat sich der Wind gedreht. Es gebe kein Interesse, das Abkommen voranzubringen, meint Vizepräsident Dombrovskis.

<https://reinhardbuetikofer.eu>



Fernziel: Föderaler Bundesstaat?

Eine echte „Bombe“ hatten SPD, Grüne und Liberale auf Seite 131 ihres Koalitionsvertrags versteckt. Dort fordern die Parteien die Weiterentwicklung der EU zu einem föderalen europäischen Bundesstaat. Dieser soll auf der Grundlage des Subsidiaritätsprinzips und weitgehend dezentral funktionieren. Der Jubel unter passionierten Europäern über diesen folgenreichen Vorschlag hält sich jedoch in Grenzen. Er dürfte eher ein Traum der Koalitionäre bleiben, angesichts der Realität, dass die meisten Mitgliedstaaten peinlich auf ihre Souveränität bedacht sind. Selbst bei drängenden Themen wie der Migration ist die EU weit von einem solidarischen Handeln entfernt.

<https://frontex.europa.eu>



Kritik an EU-Kreditvergabe

Die Kritik an dem 750 Milliarden Euro schweren Wiederaufbaufonds zur Pandemiefolgen-Bekämpfung reißt nicht ab. Prof. Dirk Meyer, Volkswirtschaftler an der Helmut-Schmidt-Universität Hamburg, sieht darin in einem Beitrag für „Das Parlament“ mehrere Strukturbrüche, die gegen das geltende EU-Regelwerk verstoßen. Erstens seien die Hilfen nicht ausreichend an Reformbedingungen gebunden. Zweitens nehme die EU in erheblichem Umfang Kredite auf, die die Mitgliedstaaten durch Garantien absichern müssten. Drittens sei die Tilgung der Kredite im Zeitraum von 2028 bis 2058 nicht geregelt. Viertens verwalte die EU-Kommission die Gelder des Krisenmechanismus. Die Balance zwischen Mitgliedstaaten und EU würde so in Richtung einer Fiskalunion mit Transferaufgaben verschoben.

<https://www.hsu-hh.de/ordnung/>



Grüne haben Vorschlagsrecht für EU-Kommission

Auf der letzten Seite des Koalitionsvertrags wird es für die EU-Kommission interessant: Hier legen die drei Parteien fest, dass die Grünen das Vorschlagsrecht für ein deutsches Kommissionsmitglied haben, „sofern die Kommissionspräsidentin nicht aus Deutschland stammt“. Die Formulierung schließt nicht aus, dass die CDU-Politikerin für eine zweite Amtszeit (bis 2029) von Berlin unterstützt würde. Jedoch hat die Ampel eine klare Vorstellung über das Spitzenkandidatensystem. Kommissionspräsident/in wird demnach, wer bei den Wahlen EU-weiter Spitzenkandidat der siegreichen Partei ist. Von der Leyen müsste also von der EVP als Nummer eins aufgestellt und die EVP wieder stärkste Kraft im Europaparlament werden.

<https://www.spd.de> > koalitionsvertrag2021



Mehr Mittel für Programm und Personal

Für das laufende Jahr stehen im EU-Haushalt Mittel in Höhe von 340 Milliarden Euro zur Verfügung. Zuvor konnte das Europaparlament (EP) einige Steigerungen durchsetzen. So bekommt der Europäische Rechnungshof 20 Stellen zusätzlich, um die korrekte Verwendung der Mittel aus dem Corona-Wiederaufbaufonds zu kontrollieren. Und mit 76 neuen Personalstellen kann endlich die Europäische Staatsanwaltschaft mit ihren Ermittlungen vollauf beginnen. Die neuen Stellen sind ein gutes Investment, wenn man bedenkt, dass sie seit dem Start am 1. Juni 2021 bereits 2.400 Anzeigen mit einer Schadenssumme von fünf Milliarden Euro abgearbeitet hat. Auch der Europäische Gerichtshof erhält als Folge der EP-Initiative 20 weitere Stellen.

https://ec.europa.eu/info/topics/budget_de



Verswindet das A1-Formular?

Die A1-Bescheinigung (notwendig für Arbeitsaufträge im EU-Ausland) ist für die Europaabgeordnete Angelika Niebler (CSU) „nicht länger hinnehmbar für einen offenen Binnenmarkt und ein Europa, das sich die Digitalisierung auf die Fahnen geschrieben hat“. Die EU-Kommission hat konkrete Vorschläge auf den Tisch gelegt, um eine europäische Sozialversicherungskarte (ESSPASS) umzusetzen. Da es in der Pandemie gelungen ist, innerhalb weniger Monate ein digitales, europaweit gültiges COVID-Zertifikat einzurichten, sollte es möglich sein, dass ein digitaler Nachweis die leidige A1-Bescheinigung überflüssig macht.

<https://www.angelika-niebler.de>



EU-Ratsvorsitz: Booster für Macron

Frankreich verbindet mit seiner EU-Ratspräsidentschaft, die am 1. Januar begonnen hat, große Ambitionen. Staatspräsident Emmanuel Macron wird sie auch als eine Art Booster für seine erneute Kandidatur nutzen. So liegen wichtige Termine vor den Wahlen, die bereits am 8. April mit dem 1. Wahlgang beginnen. Im Februar findet ein großer EU-Afrika-Gipfel statt. Im März folgt ein Gipfel zum Wirtschaftswachstum, auf dem Macron einen neuen europäischen Investitionsplan für den Ausbau der Digitalwirtschaft und zur Bekämpfung des Klimawandels vorstellen will. Das könnte allerdings dazu führen, dass die EU ihre Haushaltsdisziplin weiter aufweicht. Die EU-Obergrenze von drei Prozent beim Haushaltsdefizit wird von Frankreich ohnehin als überholt betrachtet. Ob hier der deutsche Finanzminister Christian Lindner energisch widerspricht, bleibt abzuwarten. Jedenfalls hat Frankreichs Staatsverschuldung mit 116 Prozent einen neuen Rekord erreicht, was der nationale Rechnungshof erst kürzlich heftig kritisiert hat.

<https://presidence-francaise.consilium.europa.eu/de/>



Bürokratieaufbau statt -abbau

„Wie im vergangenen Jahr setzt auch das Arbeitsprogramm der Kommission für das Jahr 2022 leider keinen Fokus auf den Mittelstand“, stellt Markus Pieper, der Sprecher des Parlamentskreises Mittelstand im Europaparlament (PKM Europe), fest. Zwar gebe es ein paar Lichtblicke, wie die neue Strategie für internationales Engagement im Energiebereich, doch eine konkrete Mittelstandspolitik sei nicht erkennbar. Gerade durch das geplante EU-Lieferkettengesetz oder durch die Initiative für recycelbaren Kunststoff würden erhebliche bürokratische Mehrbelastungen auf den Mittelstand zukommen. Viele der geplanten Maßnahmen seien „bürokratiebildend anstatt bürokratieabbauend“, betont der CDU-Europaabgeordnete.

<https://markus-pieper.eu>





Der Mittelstand als Rückgrat des European Green Deal

Ob es um die wachsende Zahl von Elektroautos auf unseren Straßen geht, um die Chancen der grünen Wasserstofftechnologie für unsere Stahlindustrie und ihre Zulieferer oder um den Boom bei nachhaltigen Anleihen – deutsche und europäische Unternehmen sind beim Aufbruch hin zu einer klimaneutralen Wirtschaft ganz vorne mit dabei.

Viele Unternehmen sind bereits unterwegs hin zu einer Form des Wirtschaftens, die unserem Planeten mehr gibt als sie ihm nimmt und die gleichzeitig unseren Wohlstand erhält. Und man kann heute schon festhalten: Der Erfolg gibt ihnen Recht.

Europa steht weltweit an der Spitze einer Bewegung, die beides vereint: Klimaschutz und nachhaltiges Wachstum. Die Europäische Kommission hat vor zwei Jahren den European Green Deal ins Leben gerufen und im Juni 2021 seine Ziele in das erste europäische Klimaschutzgesetz gegossen. Wir wollen bis zum Jahr 2050 der ers-

te klimaneutrale Kontinent der Erde sein. Dafür werden wir bis zum Jahr 2030 den Ausstoß der Treibhausgase um mindestens 55 Prozent senken. Damit liefern wir, was Europas Mittelstand schon seit Jahren fordert: klare, glaubwürdige und verlässliche Zielmarken, die den Unternehmen Planungssicherheit für die Zukunft geben.

Und unser Beispiel macht Schule. Viele in der Welt folgen uns inzwischen, die USA etwa oder Japan, Südkorea und Südafrika. Sie und viele andere haben sich auf verbindliche Klimaziele verpflichtet –



Ziele, die bei der vergangenen UN-Klimakonferenz noch einmal bekräftigt wurden. China führt Zertifikatehandel ein, Indien investiert massiv in Erneuerbare Energien. Das ist dringend nötig, denn wir Europäer sind nur für acht Prozent der Treibhausgasemissionen verantwortlich. Aber wir sind auch die drittgrößte Wirtschaftsmacht global. Alle beobachten, wie uns die Modernisierung gelingt.

„ Wir sind die erste große Volkswirtschaft, die einen Fahrplan zur Umsetzung vorgelegt hat – Sektor für Sektor, Branche für Branche.

Deshalb ist es wichtig, Ziele mit konkreten Vorhaben zu unterfüttern. Auch hier ist Europa Vorbild. Wir sind die erste große Volkswirtschaft, die einen Fahrplan zur Umsetzung vorgelegt hat – Sektor für Sektor, Branche für Branche.

Wir setzen dabei auf bewährte Instrumente unserer sozialen Marktwirtschaft, zum Beispiel auf einen erweiterten Emissionshandel. Das fördert etwa die Umstellung auf saubere Energiequellen und trägt so auch zu mehr Energiesicherheit für unseren Mittelstand bei. Wir in-

vestieren in intelligentere Autos, mehr Schnellzugverbindungen und klimaschonendere Produktionsstraßen.

Für all das ist insbesondere der Mittelstand ein wichtiger Partner. Der Mittelstand ist das Rückgrat unserer Wirtschaft, heißt es oft. Das stimmt. Vor allem aber ist der Mittelstand heute auch das Rückgrat einer klimafreundlichen Wirtschaft. Denn Europas Mittelstand hat das Potenzial innovativer und sauberer Technologie sehr viel früher als andere erkannt.

Europas Vielfalt an Hidden Champions, an mittelständisch geprägten Weltmarktführern, die oft jenseits der großen Städte beheimatet sind, bildet ein riesiges Reservoir an Know-how und Kreativität. Kein Wunder, dass unsere Unternehmen ganz vorne mit dabei sind, wenn es beispielsweise um Patentanmeldungen in den Bereichen Klima und Energie geht.

Jetzt muss unser Anliegen sein, diese Ideen rasch auf dem Markt zu etablieren. Sie müssen raus aus den Laboren, Designstudios und Ateliers – und möglichst rasch in die Hände der Verbraucherinnen und Verbraucher. Grüner Wasserstoff etwa bietet ungeheure Chancen für Unternehmen und für ganze Regionen, wie etwa das Ruhrgebiet. Die Voraussetzungen könnten nicht besser sein: Innovative



Weltmarktführer, ein dicht geflochtenes Forschungsnetzwerk, und vor allem hoch qualifizierte Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, für die Wandel kein Fremdwort ist – all das trägt zum Vorsprung bei, den unsere Mittelständler und unsere Standorte im Wettbewerb um nachhaltige Produkte haben.

Europa kann und will solchen Pioniergeist beflügeln und zum Erfolg verhelfen. Denn 450 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher in Europa verlangen zunehmend nachhaltig hergestellte Produkte. Dazu kommt finanzieller Anschlag, etwa durch NextGenerationEU, unserem Aufbauprogramm mit insgesamt 800 Milliarden Euro. Ein Drittel davon ist für nachhaltige Investitionen vorgesehen. In Deutschland etwa gehen 3,3 Milliarden Euro in die Förderung von grünem Wasserstoff, 5,4 Milliarden Euro fließen in die Förderung von nachhaltigem Transport, beispielsweise von Elektroautos und sauberen Bussen, sowie in den Ausbau von Ladepunkten und des Schienenverkehrs. All das sind gute Nachrichten etwa für die mittelständischen Zulieferer der europäischen Automobilindustrie. Weitere 2,5 Milliarden Euro stehen für die Renovierung von Gebäuden bereit, um deren Energieeffizienz zu verbessern. Denn gerade beim Verkehr und bei Heizen und Kühlen von Gebäuden ist noch enormes CO₂-Einsparpotenzial. Es ist offensichtlich, welche Chance diese Renovierungswelle unserem Mittelstand bietet.

Und wir denken auch an diejenigen, die sich schwer damit tun, ihre Stromrechnung zu bezahlen. Damit auch sie von der Transformation zu mehr Nachhaltigkeit profitieren, wollen wir einen Klima-Sozialfonds mit mehr als 70 Milliarden Euro ins Leben rufen. Denn auch das gehört zur sozialen Marktwirtschaft: Wir wollen alle Bürgerinnen und Bürger mitnehmen auf dem Weg in eine klimaneutrale Zukunft.

Europa hat eine Vision und einen Plan. Und wir haben bereits vorgemacht, dass wir das können – Emissionen zu reduzieren und gleichzeitig wirtschaftlich zu prosperieren. Seit 1990 sind unse-

re Treibhausgasemissionen um mehr als 30 Prozent gesunken, während unsere Wirtschaft parallel dazu um mehr als 60 Prozent gewachsen ist.

Darauf bauen wir auf. Der European Green Deal kann eine Blaupause für ähnliche Transformationen in vielen Regionen der Welt werden – mit all den Chancen, die dies für unsere Unternehmen eröffnet. All das sind gute Nachrichten insbesondere für unseren Mittelstand. Dafür lohnt es sich, sich gemeinsam weiter anzustrengen.



Gut zu wissen

NextGenerationEU – größtes Konjunkturpaket aller Zeiten: 800 Milliarden Euro

- davon ein Drittel für nachhaltige Investitionen
- circa 3,3 Milliarden Euro für die Förderung von grünem Wasserstoff
- 5,4 Milliarden Euro fließen in die Förderung von nachhaltigem Transport
- 2,5 Milliarden Euro stehen für die Renovierung von Gebäuden bereit

Dr. Ursula von der Leyen
EU-Kommissionspräsidentin

<https://bvmw.info/EU-Kommissionspräsidentin>



Impressum

DER Mittelstand.
Unternehmermagazin des BVMW

Herausgeber

BVMW – Bundesverband mittelständische Wirtschaft, Unternehmerverband Deutschlands e. V.
Markus Jerger
Potsdamer Straße 7 / Potsdamer Platz
10785 Berlin
www.bvmw.de

Titelbild:

© Markus Jerger/Thomas Lindemer

Redaktion

Tel.: 030 533206-16
Fax: 030 533206-50
mittelstand@bvmw.de

Eberhard Vogt (Chefredakteur)
Friederike Pfann (CvD)
Marvin-Berfo Günyel
Lisa Richert
Julia Rotsztyń
Rotger H. Kindermann (Korrespondent)
Thomas Lindemer (Art Director)

Verlag

mattheis.werbeagentur.gmbh
Kastanienallee 4
10435 Berlin
Tel.: 030 3480633-0
Fax: 030 3480633-33
info@mattheis-berlin.de
www.mattheis-berlin.de

Layout und Gestaltung, Mediadaten, Vermarktung v. Anzeigen & Beilagen

mattheis.werbeagentur.gmbh
Tel.: 030 3480633-0
Fax: 030 3480633-33
bvmw-anzeigen@mattheis-berlin.de

Rechnungsstelle

BVMW Servicegesellschaft mbH
Potsdamer Straße 7
10785 Berlin
Tel.: 030 533206-27
Fax: 030 533206-50
servicegesellschaft@bvmw.de

Druckerei

Möller Druck und Verlag GmbH
Zeppelinstr. 6
16356 Ahrensfelde

Falls an einzelnen Stellen nur die männliche Form der Schreibweise verwendet wird, wird diese als geschlechtsunabhängig verstanden und bezieht die weibliche Form mit ein.

Das Magazin „DER Mittelstand.“ ist das offizielle Organ des BVMW. Mitglieder des Verbandes erhalten das Magazin im Rahmen ihrer Mitgliedschaft. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge sowie Selbstdarstellungen müssen nicht der Meinung der Redaktion entsprechen. „DER Mittelstand.“ übernimmt keinerlei Gewähr für den Inhalt der Anzeigen.

ISSN: 2510-425X



Gut geschützt mit unserer PLR-Serie

VKF Renzel

Profi-Luftreiniger für jeden Bedarf

Einsatzbereiche:

- ✓ Besprechungsräume
- ✓ Seminarräume
- ✓ Ausstellungsräume
- ✓ Klassenräume
- ✓ usw.

PLR-Mini bis 110 m² (60 cm)

PLR-Silent** bis 150 m² (95 cm) **BEST-SELLER**
über 7.000x gekauft

PLR-Silent + bis 250 m² (142 cm)

PLR-Silent Pro bis 480 m² (197 cm) **Flüsterleise 40 dB**

PLR-Max bis 800 m² (197 cm) **MADE IN GERMANY**

Kurze Lieferzeit!

PLR-Mini 2.0	€ 1.220,00 / St.*
PLR-Silent	ab € 2.650,00 / St.*
PLR-Silent +	ab € 3.100,00 / St.*
PLR-Silent Pro	€ 5.360,00 / St.*
PLR-Max	ab € 6.900,00 / St.*



Weitere Informationen finden Sie in unserem **Online-Shop** unter: vkf.de/dm-luftreiniger

Einfach hier scannen!

* Unsere Angebote gelten ausschließlich für den gewerblichen, selbständig beruflichen oder behördlichen Bedarf. Alle Preise zzgl. MwSt., zzgl. Versandkosten.

Luftreiniger „LR 80 WIFI+“

modernes Raumwunder

- ✓ mit Hepa-Filter H14
- ✓ reinigt bis zu 800 m³ Luft pro Stunde
- ✓ Raumgröße: 50-96 m²
- ✓ Abscheidegrad: 99,995%
- ✓ Lautstärke: 20-66 dB je nach Leistungsstufe
- ✓ über App steuerbar (Android und iOS)
- ✓ mit Filterwechselerinnerung
- ✓ auf Rollen

€ 649,00 / St.*



Weitere Informationen finden Sie hier:



Deutschlands Weg zur nachhaltigen Energieversorgung

Die Europäische Kommission möchte der Kernenergie einen grünen Anstrich verleihen und sie als nachhaltig einstufen. Auch hierzulande fordern Befürworter eine neue Chance für die Kernkraft. Doch ist das für eine sichere und kostengünstige Energieversorgung überhaupt notwendig?



Das Argument klingt einfach: Kernenergie als Brücke in eine nachhaltige Zukunft. Sicher, kostengünstig und vor allem CO₂-neutral soll sie uns auf den Weg zur Erreichung der Klimaziele führen. Was auf den ersten Blick als zukunftsweisende Lösung erscheint, hält einer genaueren Prüfung an vielen Stellen allerdings nicht stand.

„ Investitionen in die Kernkraft verschlingen so in ganz Europa Milliarden an Steuergeldern. Gelder, die für die Transformation der Wirtschaft dringend benötigt werden.

Kosten für Kernkraft sind nicht kalkulierbar

Die Praxis zeigt, dass schon die Baukosten heutiger Kernkraftwerke kaum kalkulierbar sind, wie der Reaktor-Neubau im französischen Flamanville veranschaulicht. Im Jahr 2012 sollte der Reaktor fertiggestellt werden. Zehn Jahre später ist eine Inbetriebnahme noch immer nicht in Sicht, während die Kosten von geplanten 3,3 Milliarden auf 19 Milliarden Euro in die Höhe geschossen sind. Gleichzeitig wird es bei der nächsten Generation von Kernkraftwerken noch Jahre brauchen, bis sie zur Serienreife gebracht werden können, wobei die Kosten noch völlig unklar sind. Investitionen in die Kernkraft verschlingen so in ganz Europa Milliarden an Steuergeldern. Gelder, die für die Transformation der Wirtschaft dringend benötigt werden.

Doch nicht nur der Bau neuer Reaktoren, sondern vor allem auch der Betrieb bestehender Kraftwerke wird zu einem immer stärkeren Kostenfaktor. Zum Jahresende 2021 sah sich Frankreich gezwungen, mehrere Reaktoren aufgrund technischer Störungen oder anstehender Wartungsarbeiten vom Netz zu nehmen. In der Folge war das Land darauf angewiesen, in großen Mengen Strom aus den europäischen Nachbarländern zu importieren – mit preistreibenden Effekten für den gesamten Markt.

Versorgungssicherheit ist gewährleistet

Auch die Versorgungssicherheit ist aus deutscher Perspektive kein Grund, an der Kernkraft festzuhalten. Eine aktuelle Analyse des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) zeigt, dass weder durch die Abschaltung von drei der sechs verbleibenden Meiler zum Jahreswechsel noch durch das komplette Auslaufen der Kernkraft zum Jahresende 2022 negative energiewirtschaftliche Auswirkungen zu erwarten sind. Zwar führt die Abschaltung zu einem kurzzeitigen Anstieg der CO₂-Emissionen, da einige der wegfallenden Kapazitäten auch durch fossile Brennstoffe aufgefangen werden, allerdings können diese Effekte durch einen beschleunigten Ausbau der Erneuerbaren schnell korrigiert werden.

Richtig bleibt, dass Deutschland auch zukünftig auf einen flexibel einsetzbaren Kraftwerkspark angewiesen sein wird, um einen kontinuierlichen Ausgleich für den Anteil am Strombedarf zu gewährleisten, der nicht aus Erneuerbaren Energien gedeckt werden kann. Für diesen Bedarf steht mit hochmodernen Gaskraftwerken eine prak-

tikable und zukunftssichere Lösung zur Verfügung. Denn während Kernkraftwerke nicht in ein modernes Stromsystem passen, da sie unter Idealbedingungen dauerhaft in Betrieb sein müssten, können flexible Gaskraftwerke hervorragend dazu dienen, die Versorgungssicherheit zu gewährleisten. Gleichzeitig können sie zukünftig mit synthetischem Gas aus grünem Wasserstoff nachhaltig und emissionsfrei betrieben werden.

Frankreich und viele weitere Länder in der Europäischen Union setzen heute auf die Kernkraft und werden dies auch auf absehbare Zeit weiter tun. Dies ist im Sinne der guten europäischen Nachbarschaft zu respektieren. Gleichwohl sollten wir uns nicht verleiten lassen zu glauben, die Kernkraft sei der allgegenwärtige Lösungsweg. Weltweit deckt sie weniger als fünf Prozent des Primärenergiebedarfs. Um einen wirksamen Effekt im Sinne des CO₂-Ausstoßes zu haben, müsste dieser Anteil auf etwa 30 Prozent steigen – wofür der Neubau tausender Blöcke notwendig wäre. Deutschland sollte deshalb alles daran setzen, unter Beweis zu stellen, dass ein modernes und klimaneutrales Energiesystem ganz ohne Kernkraft möglich ist. Die notwendigen Instrumente hierfür haben wir in der Hand – machen wir uns an die Arbeit!



Gut zu wissen

- Der BVMW hat die Bundesregierung angesichts der hohen Energiepreise zu einem Energiegipfel aufgefordert, weitere Infos dazu unter: https://bvmw.info/forderung_energiegipfel
- Die Stunde der klaren Pläne – Weltklimakonferenz in Glasgow: https://bvmw.info/fazit_weltklimakonferenz
- Fit for 55: Fundament einer klimaneutralen EU: <https://bvmw.info/klimaneutralerEU>

Prof. Dr. Eicke R. Weber

Vorsitzender der Kommission für Energie und nachhaltiges Wirtschaften im BVMW

Guido Körber

Geschäftsführender Gesellschafter der Code Mercenaries GmbH, Vorstandsmitglied der Kommission für Energie und nachhaltiges Wirtschaften im BVMW

Andre Steffens

Geschäftsführer der Wi SOLAR GmbH, Vorstandsmitglied der Kommission für Energie und nachhaltiges Wirtschaften im BVMW

Alexander Stork

BVMW Referent für Energie, Nachhaltigkeit, Mobilität und Logistik



Für ein starkes Europa

Aufschwung, Stärke und Zugehörigkeit – dies sind die drei Prinzipien der französischen EU-Ratspräsidentschaft im ersten Halbjahr 2022. Auf welche Schwerpunkte und Hauptthemen legt Frankreich dabei besonders Wert?

Von Januar bis Juni 2022 übernimmt Frankreich die Ratspräsidentschaft der Europäischen Union (EU). Wie Staatspräsident Emmanuel Macron am 9. Dezember bei der Vorstellung seiner Prioritäten betonte, wird Frankreich dieser Verantwortung mit Ehrgeiz und Bescheidenheit nachkommen. Angesichts der gesundheitlichen und wirtschaftlichen Krisensituation wird die französische EU-Ratspräsidentschaft von drei Prinzipien geleitet sein: Aufschwung, denn Europa muss in der Lage sein, die großen Herausforderungen unseres Jahrhunderts zu bewältigen, Stärke, denn Europa muss seine Werte und Interessen in der Welt behaupten können, und Zugehörigkeit, denn Europa braucht die Unterstützung seiner Völker. Der EU ist es gelungen, sich zusammenzuschließen und 2020 einen historischen Wiederaufbauplan zur Bewältigung der Gesundheitskrise auf den Weg zu bringen. Vor diesem Hintergrund möchte ich Ihnen einen genaueren Überblick über die Hauptthemen der französischen EU-Ratspräsidentschaft verschaffen, die auf die Wirtschafts-, Sozial- und Sicherheitspolitik ausgerichtet sein werden. Viele Aspekte sind für unsere französischen, deutschen und europäischen KMU von unmittelbarem Interesse.

Innovation im Fokus

In wirtschaftlicher Hinsicht muss die EU darauf hinarbeiten, ein neues europäisches Wachstums- und Investitionsmodell aufzubauen, das ihre Souveränität stärkt, den ökologischen und digitalen Wan-

del unterstützt und gleichzeitig unser Sozialmodell bewahrt. Dies erfordert die Entwicklung innovativer Industriezweige, um nicht in strategische Abhängigkeiten zu geraten. Wie die EU es bereits im Bereich Batterien getan hat, beabsichtigt die französische EU-Ratspräsidentschaft daher, gemeinsame Projekte zu Wasserstoff, Cloud, Halbleitern oder auch Gesundheit und Raumfahrt zu fördern. Mehr denn je müssen Investitionen und Innovationen heute auf europäischer Ebene gedacht werden; Frankreich schlägt eine Überprüfung der europäischen Fiskalregeln vor, die Investitionen in den ökologischen und digitalen Wandel ermöglichen sollen.

Klimaschutz

Es ist von größter Bedeutung, wirtschaftliche Entwicklung und Klimaschutzziele miteinander in Einklang zu bringen, um Europa bis 2050 kohlenstoffneutral zu machen und dabei unsere Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und soziale Gerechtigkeit zu gewährleisten. Das ist das Ziel des „Fit for 55“-Gesetzespakets, das vorangetrieben werden soll. Um dieses Klimaziel zu unterstützen und die Verlagerung von CO₂-Emissionen zu verhindern, möchte Frankreich insbesondere den CO₂-Grenzausgleichsmechanismus verabschieden und eine Handelspolitik fördern, die mit den aktuellen Klima- und Umweltherausforderungen im Einklang steht. In diesem Zusammenhang wird sich Frankreich auf eine Handelsstrategie stützen, die auf Offenheit, Durchsetzungsvermögen und Nachhaltigkeit beruht und eine Über-



Das moderne Paris, Frankreichs Hauptstadt.

arbeitung der Verordnung über das Allgemeine Präferenzsystem, den Einsatz spezieller Instrumente wie das IPI (International Procurement Instrument), ein abschreckendes Instrument gegen wirtschaftliche Nötigung, Instrumente gegen Subventionen angesichts unlauterer staatlicher Beihilfen aus Drittländern sowie die praktische Umsetzung von Spiegelklauseln, die ökologische und soziale Anforderungen in Handelsabkommen aufrechterhalten, vorsieht.

Wirtschaftliche Aspekte

Schließlich hofft Frankreich, im Rahmen seiner EU-Ratspräsidentschaft die Verhandlungen über die Verordnungen für digitale Märkte und für digitale Dienste (DMA und DSA) zu einem erfolgreichen Abschluss zu bringen, eine gesetzliche Regelung, die auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Regulierung und Innovation abzielt. Wir werden uns dafür einsetzen, dass die Mindeststeuer von 15 Prozent, die von der G20 und der OECD nach einem vierjährigen Kampf Frankreichs und Deutschlands zur Wiederherstellung der Steuergerechtigkeit zwischen der Old und der New Economy beschlossen wurde, in europäisches Recht umgesetzt wird. Des Weiteren wird es darum gehen, durch die Richtlinien über Mindestlöhne und Lohntransparenz qualitativ hochwertige, qualifizierte und besser bezahlte Arbeitsplätze für Arbeitnehmer zu gewährleisten.

Schutz der Demokratie

Darüber hinaus kann sich die EU nur weiterentwickeln, wenn sie die europäischen Werte bekräftigt und Maßnahmen zum Schutz unserer Demokratien ergreift. So wird die französische EU-Ratspräsidentschaft die Festlegung einer Strategie zur Bekämpfung von Rassismus und Antisemitismus und von Rechtsvorschriften zur Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen fördern. Auch die Jugend wird mit der Erweiterung des Erasmus-Programms einen wichtigen Platz in den Vorhaben einnehmen.

Sicherheitspolitische Schwerpunkte

Im Bereich der Sicherheit muss die EU ihre strategische Souveränität

stärken, indem sie den Schengen-Raum reformiert, eine politische Steuerung der Grenzüberwachung einführt und einen Mechanismus zur Notunterstützung der Grenzen im Krisenfall einführt. Frankreich wird mit seinen Partnern die Leitlinien für eine gemeinsame Verteidigungspolitik vertiefen, die mit der Aufrechterhaltung der Stabilität und des Wohlstands in der EU-Nachbarschaft verknüpft ist. Neben dem Abbau der Spannungen auf dem Westbalkan werden wir den Schwerpunkt auf die Partnerschaft mit Afrika und der Afrikanischen Union legen, insbesondere durch die Förderung des Austauschs zwischen unserer Zivilgesellschaft, den Universitäten, der Jugend und auch zwischen KMU.



Gut zu wissen

- Frankreich übernimmt von Januar bis Juni 2022 die EU-Ratspräsidentschaft
- Aufschwung, Stärke und Zugehörigkeit sind die drei Prinzipien der französischen EU-Ratspräsidentschaft
- Die Ratspräsidentschaft wechselt alle sechs Monate unter den EU-Mitgliedstaaten im Rotationsprinzip

I. E. Anne-Marie Descôtes

Außerordentliche und bevollmächtigte Botschafterin der Französischen Republik in der Bundesrepublik Deutschland





Digitaler Euro: Bargeld muss bleiben

In der Pandemie wird vermehrt auf bargeldloses Bezahlen gesetzt. Dennoch erfreut sich Bargeld in Deutschland vergleichsweise hoher Beliebtheit. Andere Länder vollziehen die Trennung von Münzen und Scheinen bedenkenloser. Dort gewinnen digitale Währungen an Bedeutung.

Die ersten Staaten setzen zunehmend auf eine digitale Währung. So hat China Anfang 2020 als erste große Volkswirtschaft den digitalen Yuan lanciert. Die Europäische Zentralbank (EZB) springt mit dem digitalen Euro auf diesen Zug nun auf. Christine Lagarde, die Präsidentin der EZB, verspricht sicherzustellen, dass Privatpersonen und Unternehmen im digitalen Zeitalter weiterhin Zugang zu Zentralbankgeld haben werden.

Der digitale Euro soll ähnlich wie Bargeld genutzt werden können. Neben dem Bargeld würde es somit eine weitere Form von Zentralbankgeld geben, das in gleicher Weise als Zahlungsmittel dienen könnte. Laut Deutscher Bundesbank liegt ein Vorteil der Nutzung darin, Online-Handel ohne die Weitergabe von Daten an Dritte zu ermöglichen. Damit wird ein Beitrag zu mehr Sicherheit, Stabilität und Vertrauen im digitalen Raum geleistet. Denn ein digitaler Euro wäre somit weit mehr als nur ein weiteres elektronisches Zahlungsmittel. Blockchain-basiert wäre er „programmierbar“. Zahlungsvorgänge können mittels Smart Contracts komplett automatisiert werden, ein Vorteil, der vor allem im gewerblichen Bereich zum Tragen kommt.

Bargeld auf dem Rückzug

Die in der Pandemie geltenden Hygieneregeln haben zu einer schleichenden Abkehr vom Bargeld geführt. Obwohl Deutschland international als Bargeldland beschrieben wird, deuten sich auch hierzulande spürbare Veränderungen an. Bargeld ist der Bundesbank zufolge mit einem Transaktionsanteil von 60 Prozent aber noch immer das mit Abstand meistgenutzte Zahlungsmittel in Deutschland. Nur 38 Prozent möchten beim Einkaufen mit der Karte bezahlen, wie eine Umfrage unter 9.000 Konsumenten im Auftrag des Zahlungsdienstleisters Klarna ergab. Damit liegen die Deutschen weit hinter den internationalen Spitzenreitern Schweden (72 Prozent), Finnland (70 Prozent) und Norwegen (67 Prozent) zurück.

Insbesondere das Mobile Payment, das Bezahlen mit dem Smartphone, hat an Bedeutung gewonnen. Zudem hat sich die Art der Bezahlung zu einer Generationenfrage entwickelt. Junge Menschen nutzen überwiegend bargeldlose Alternativen. Somit stellt sich für die Zukunft die Frage, wie sich die Unternehmen auf die Veränderungen einstellen können.

Datenschutz und Sicherheit

Unternehmen haben großes Interesse daran, digitale Transaktionen

zu ermöglichen. Insbesondere für den europäischen Raum und bei Transaktionen in Drittländer würde das aktuelle System an Effizienz gewinnen. Daten von Unternehmen wären geschützt. Dennoch gibt es auch Fallstricke: die Instabilität des Finanzsystems. Zudem droht die Einführung einer Digitalwährung, die Initialzündung zur Abschaffung von Bargeld und damit dem Verlust von Anonymität zu werden. Schließlich könnte der Staat ohne Bargeld die Ersparnisbildung unattraktiv machen. Dies zeigt, dass eine Mindestversorgung mit Bargeld auf Dauer gewährleistet sein muss. Digitalgeld kann zukünftig eine sichere Zahlungsalternative sein, zu einer Abschaffung des Bargeldes durch die Hintertür darf es aber nicht kommen.



i

Gut zu wissen

- Ein digitaler Euro würde die bestehende Auswahl an Zahlungsarten erweitern
- Derzeit beschäftigen sich weltweit rund 80 Zentralbanken mit digitalen Währungen
- Die EZB begann im Oktober 2021 zu untersuchen, wie ein digitaler Euro aussehen könnte
- Kryptowährungen (z. B. Bitcoins) sind keine Währung, sondern ein Spekulationsobjekt mit dem Risiko eines Totalverlusts
- Ein digitaler Euro hätte den gleichen Wert wie eine (analoge) Euro-Münze oder -Geldschein

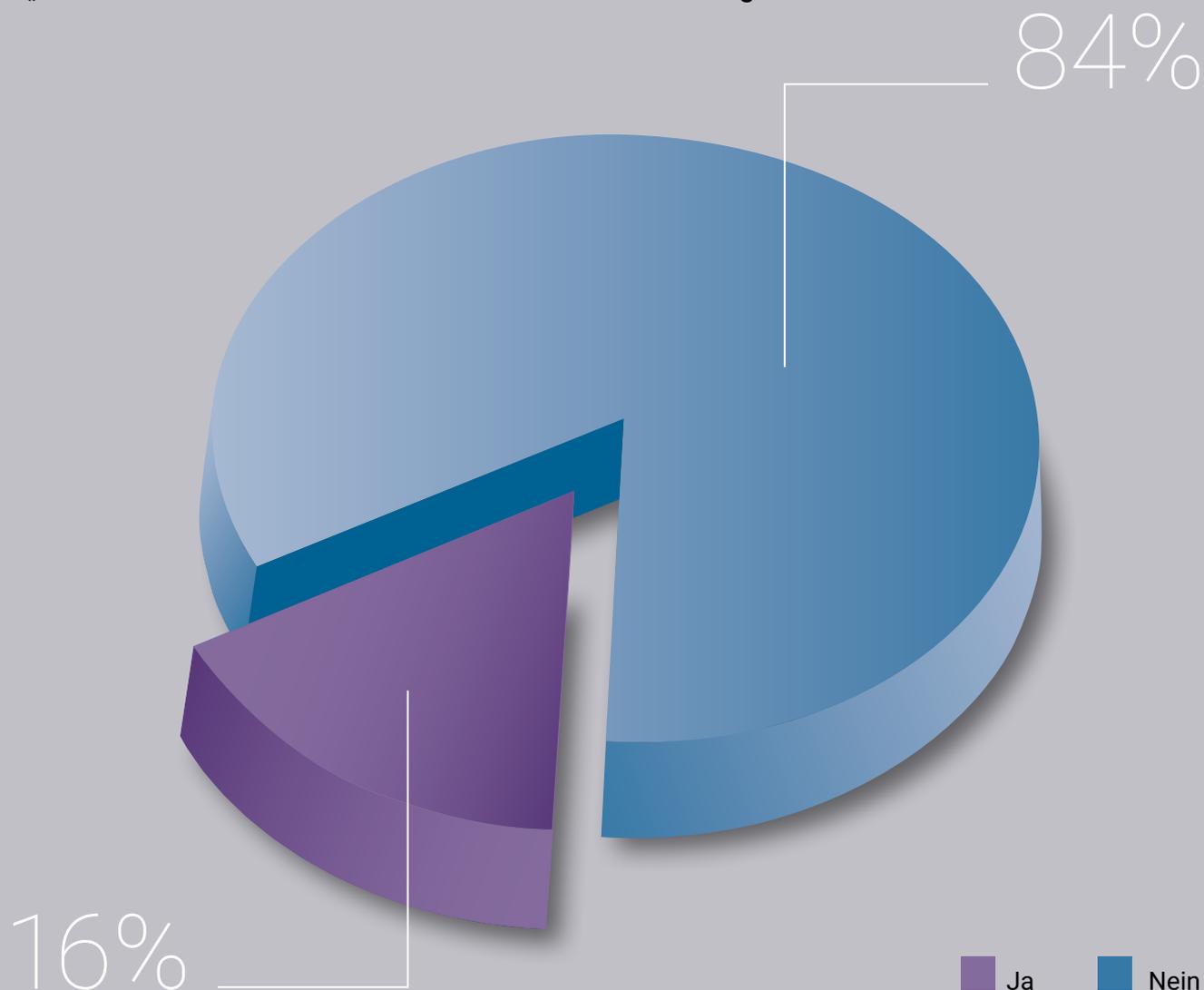
Dr. Hans-Jürgen Völz
BVMW Chefvolkswirt

hans.juergen.voelz@bvmw.de



Fast jeder sechste Mittelständler betreibt aktiv Frauenförderung – größere Unternehmen tun dies häufiger als kleinere

„Betreiben Sie in Ihrem Unternehmen aktiv Frauenförderung?“



Fast jeder sechste Mittelständler in Deutschland betreibt nach eigenen Angaben aktiv Frauenförderung. Am höchsten ist der Anteil der Unternehmen, die Frauen aktiv fördern, bei größeren Unternehmen mit Jahresumsätzen von mehr als 100 Millionen Euro: Hier betreibt nach eigenen Angaben gut jedes fünfte Unternehmen aktiv die Förderung von Frauen, während der Anteil bei kleineren Unternehmen mit Jahresumsätzen von bis zu 30 Millionen Euro bei nur 12 Prozent liegt.

Mittelstand und Frauen

Frauen hatten es geschichtlich gesehen nicht immer leicht, und die Diskussionen um die Gleichberechtigung zwischen Mann und Frau sind heute größer denn je. Auf dem deutschen Arbeitsmarkt sind Frauen in Führungspositionen bis heute eher seltener zu finden, der Anteil der Frauen in der Geschäftsführung und im Vorstand deutscher Mittelständler wächst jedoch langsam. Unser Themenschwerpunkt beschäftigt sich unter anderem mit Geschäftsführerinnen, Frauen im deutschen Mittelstand, Gleichberechtigung und Kompetenzen, die Frauen in Führungspositionen mitbringen. Außerdem erwarten Sie interessante Interviews mit Unternehmerinnen, die von ihren Erfahrungen und ihrem Weg zur Selbstständigkeit erzählen.

„Erfolgreiche Unternehmerinnen sichtbar machen“

Ich freue mich sehr, dass der BVMW in seiner Mitgliederzeitschrift die Bedeutung von Frauen für den Mittelstand mit einem eigenen Themenheft aufgreift und würdigt. Dafür gibt es viele gute Gründe.

Einem liefert uns die demografische Entwicklung. In den nächsten 20 Jahren werden vier bis sechs Millionen Menschen den Arbeitsmarkt verlassen. Damit stellt sich in vielen Wirtschaftszweigen in großen wie mittleren und kleinen Unternehmen die Frage nach den Fach- und Führungskräften der Zukunft. Teil der Antwort auf diese Frage sind Frauen. Obwohl viele von ihnen bestens ausgebildet sind, arbeiten sie deutlich häufiger in Teilzeit als Männer. Sie sind seltener in Führungspositionen zu finden, und ihre Erwerbsquote liegt noch deutlich niedriger. All das muss sich ändern. Und dafür muss sich manches verändern, von der Vereinbarkeit von Familie und Beruf über Rollenbilder bis hin zu Aufstiegschancen oder Arbeitskultur.

Beispiel Führungspositionen: Im letzten Jahr hat eine Untersuchung der Kreditanstalt für Wiederaufbau gezeigt, dass rund 638.000 Frauen die Führung eines mittelständischen Unternehmens innehaben oder selbstständig waren. Das klingt eindrucksvoll. Wenn wir uns aber vor Augen führen, dass ihr Anteil an Führungspositionen damit nur rund 17 Prozent ausmacht, obwohl sie 54 Prozent der Beschäftigten stellen, wird deutlich: Da ist eindeutig Luft nach oben.

Umso wichtiger ist es, dass Frauen sichtbarer werden – zum einen durch noch mehr bekannte Vorbilder: die selbstständige Dataanalytikerin, die erfolgreiche Dachdeckermeisterin oder Agentur-Chefin. Zum anderen begegnen Frauen in der Arbeitswelt noch immer Vorbehalten und Rollenvorstellungen von vorgestern. Der BVMW leistet deshalb mit seiner Initiative „Starke Frauen – Starker Mittelstand“ einen wertvollen Beitrag, um erfolgreiche Unternehmerinnen sichtbar zu machen und zu vernetzen – zum Vorteil des Mittelstands.

Ein weiterer Grund: Gemischte Teams sind erfolgreicher, das belegen verschiedene Studien. Wir sind auf Frauen und Männer mit ihrer Kreativität, ihren Kenntnissen und Kompetenzen angewiesen, um unsere Gesellschaft und unsere Wirtschaft zukunftsfähig zu gestalten. Denn

Innovation beginnt mit Menschen. Schon heute berücksichtigen beispielsweise Frauen häufiger als Männer den Aspekt der Nachhaltigkeit, wenn sie ein Unternehmen gründen. Damit meine ich nicht nur die ökologische Nachhaltigkeit, sondern auch die ökonomische wie die soziale. Diese Aspekte werden zukünftig für den langfristigen Unternehmenserfolg immer wichtiger werden. Unternehmen, die zum Beispiel junge Eltern mit familienfreundlichen Angeboten wie flexiblen Arbeitszeiten oder einer Betriebskita unterstützen, werden es leichter haben, ihre Fachkräfte langfristig zu halten. Gerade Frauen haben diese Themen oft besser im Blick. Darin liegt eine große Chance für Frauen. Um Frauen gerade für Branchen mit einem geringen Anteil zu gewinnen und Mütter in Teilzeit bei der Rückkehr auf die vorherige Stundenzahl zu unterstützen, muss gemeinsam gehandelt werden. Gesetzliche Regelungen wie die Brückenteilzeit haben dafür einen Rahmen geschaffen.

„ Unternehmen, die junge Eltern mit familienfreundlichen Angeboten wie flexiblen Arbeitszeiten oder einer Betriebskita unterstützen, werden es leichter haben, ihre Fachkräfte langfristig zu halten.“

Für eine familienbewusste Unternehmenskultur setzen wir uns im Bundesfamilienministerium zusammen mit den Spitzenverbänden der Deutschen Wirtschaft und über 8.000 Netzwerkpartnern in unserem Programm „Erfolgsfaktor Familie“ ein. Zudem bildete 2021 die Nachhaltigkeit von Unternehmensgründungen den Schwerpunkt des von uns geförderten Projekts „Frauen Unternehmen Zukunft“ der bundesweiten gründerinnenagentur (bga).



Ergebnis waren konkrete Handlungsempfehlungen für nachhaltige Gründungen und Gründerinnen. Auch die Unternehmensnachfolge war dabei ein Thema. Hierfür schlägt die bga etwa Mentoring-Programme vor. Und wenn sich ein Unternehmen auf die Nachfolge-Suche macht, hilft es, von der „Nachfolge“ statt „dem Nachfolger“ zu sprechen. Eine einfach umzusetzende Maßnahme, aber eine mit großer Wirkung. Gerade bei der Sprache ist es wichtig, Frauen nicht auszuschließen, sie sichtbar zu machen. Gemeinsam mit der bga haben wir auch das Handwerk im Blick – mit der Roadshow „Meine Zukunft: Chefin im Handwerk“. Hier werden Frauen auf die Erwerbschancen im Handwerk aufmerksam gemacht und erfolgreiche Unternehmerinnen präsentiert.

Als Bundesgleichstellungsministerin will ich dazu beitragen, dass Frauen die gleichen beruflichen Chancen und Aufstiegsmöglichkeiten bekommen und nutzen können wie Männer. Es liegt auf der Hand, dass dabei eine gute und zuverlässige Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben entscheidend ist. Daher werde ich mich in den kommenden vier Jahren mit Nachdruck dafür einsetzen, das Betreuungsangebot in Kitas und Ganztagschulen weiter auszubauen. Damit Frauen und Männer sich Erwerbs- und Familienarbeit besser aufteilen und Frauen ihren Weg in der Arbeitswelt gehen können. Es freut mich sehr, dass sich auch der BVMW dafür starkmacht. Ich bin mir sicher, wenn wir, Politik und Wirtschaft, für mehr Gleichstellung Hand in Hand zusammenarbeiten, können wir viel erreichen: für die Menschen, unsere Gesellschaft und den Mittelstand.

Machen wir unser Land fit für die Zukunft!



Gut zu wissen

- Handlungsempfehlungen 2021 „Erfolgsfaktor Nachhaltigkeit“ der bundesweiten gründerinnenagentur (bga) zu dem vom Bundesgleichstellungsministerium geförderten Projekt „Frauen Unternehmen Zukunft“ (2019 – 2021): https://bvmw.info/frauen_unternehmen_zukunft
- Roadshow der bga „Meine Zukunft: Chefin im Handwerk“, gefördert vom Bundesgleichstellungsministerium: https://bvmw.info/chefinnen_im_handwerk
- YouTube-Kanal zur Roadshow: https://bvmw.info/youtube_bga_roadshow
- „Erfolgsfaktor Familie“ <https://www.erfolgsfaktor-familie.de/>

Anne Spiegel

Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

www.bmfsfj.de

Wie weiblich ist der deutsche Mittelstand?

Die Chefvolkswirtin der staatlichen Förderbank KfW, Dr. Fritzi Köhler-Geib, zieht zum Thema Frauen in Chefetagen ein trauriges Fazit: „Frauen sind als Chefinnen kleiner und mittlerer Unternehmen weiterhin unterrepräsentiert, ihre Zahl steigt im Corona-Jahr 2020 nur gering an.“

16,8 Prozent betrug 2020 der Anteil der frauengeführten an allen kleinen und mittleren Unternehmen. 2013 waren es noch 19,4 Prozent.

Quelle: KfW Bank

Mit dem oben genannten Zitat unterstreicht Dr. Köhler-Geib damit das leicht bittere Fazit der Allbright Stiftung: Trotz hervorragender, mit vielen Männern mindestens vergleichbaren Qualifikationen schaffen es Frauen nicht in gleicher Zahl in die Chefetagen – nicht in die von Vorständen großer DAX-Unternehmen, nicht an die Spitze der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland. Das verschwendete Potenzial kann man nur erahnen. Der nachweisbar größere Erfolg diverser Teams ist nur ein Indikator, der erahnen lässt, dass der wahre Antrieb der deutschen Wirtschaft noch gar nicht gezündet wurde.

Analyse der Positivbeispiele liefert Anhaltspunkte

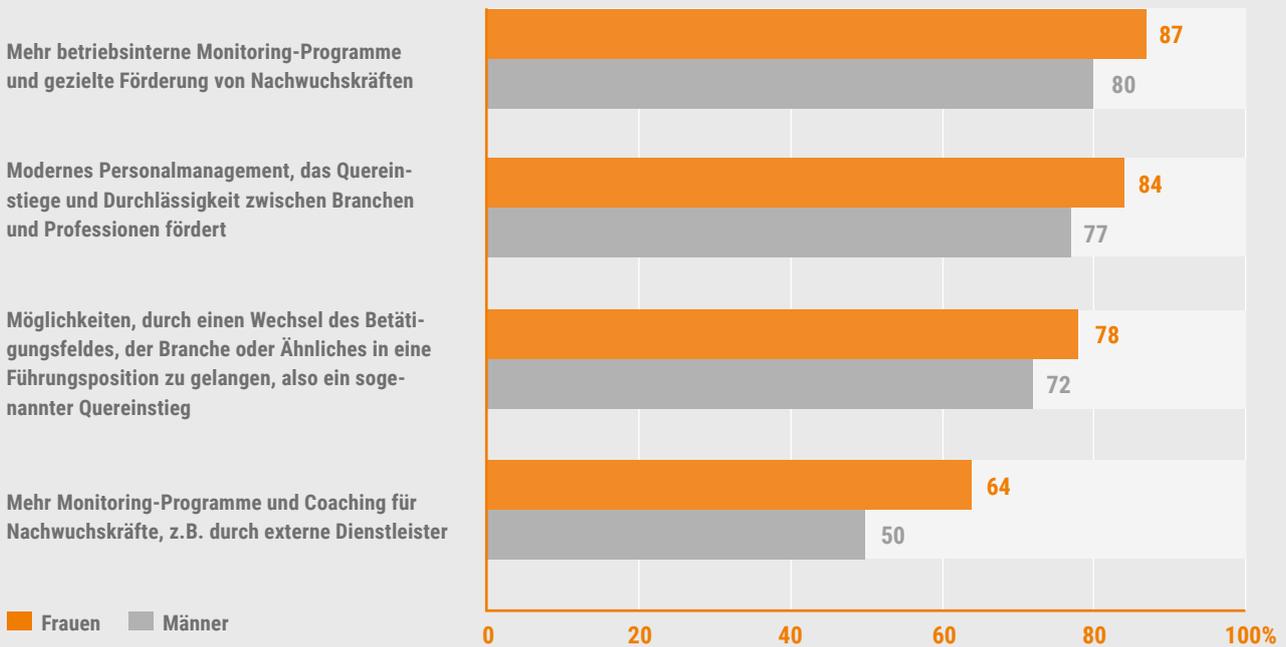
Dieser Feststellung schließt sich in den inzwischen stark normierten Debatten die immer gleiche Frage an: Brauchen wir mehr Quote? Diese Zuspitzung der Problematik ist mit Blick auf das Ziel, nämlich den vielen unglaublich gut qualifizierten Frauen endlich die Möglichkeit zu geben, ihr Potenzial voll auszuschöpfen, wenig hilfreich. Vielmehr muss eine Analyse der Positivbeispiele Anhaltspunkte dafür liefern, welche gesellschaftlichen Stellhebel bewegt werden müssen. Schon vor zehn Jahren hat das Sinus-Institut im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend in einer repräsentativen Umfrage in deutschen Chefetagen zu „Frauen in Führungspositionen. Barrieren und Brücken“ entscheidende Aspekte zur Thematik formuliert. Der Befund steht in einem auffälligen Spannungsfeld: Zwar sind sich alle Akteure einig, dass es unbedingt Frauen in den Sesseln der Führungsebene braucht, und doch sprechen die Zahlen, damals wie heute, eine andere Sprache. Ein spannendes

Ergebnis, zeigt doch die Auswertung der 511 Einzelinterviews in dieser Studie auch, dass es seitens der Männer in den von ihnen selbst dominierten Führungsebenen enorme „informelle und kulturelle Bollwerke gegenüber Frauen gibt. Hier wirken verschiedene miteinander verschränkte Mentalitätsmuster als Barriere und Sperrriegel“. Man muss wohl diagnostizieren, dass sich zwar im Laufe der Jahre eine Gender-political-correctness etablieren konnte, diese aber die Chan-

„ Das dominante Thema aber ist und bleibt die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Höhere Arbeitsbelastung, knappe Zeitressourcen steigern die Befürchtung, den eigenen Ansprüchen ans Familienleben nicht mehr gewachsen zu sein.

cen einer Kandidatin auf einen Posten nicht erhöht. Aber auch die Antworten der Frauen selbst sind spannend: Sie schrecken vor Führungspositionen zurück, weil sie fürchten, mehr leisten zu müssen als männliche Kollegen, dass sie zu vielen männlichen Umgangsritualen ausgesetzt sind, dass sie sich nicht stark genug fühlen, ihre eigenen Vorstellungen von Management gegen die Mehrheit der (männlichen) Kollegen durchsetzen zu können und lieber gar nicht als falsch führen. Das dominante Thema aber ist und bleibt die Ver-

Welche der folgenden Ansätze halten Sie für geeignet, damit tatsächlich mehr Frauen die realistische Chance haben, in Führungspositionen zu gelangen?



Quelle: Sinus Sociovision, Basis = 511 Fälle, Grundgesamtheit = Führungskräfte in Deutschland

einbarkeit von Familie und Beruf. Höhere Arbeitsbelastung, knappe Zeitressourcen steigern die Befürchtung, den eigenen Ansprüchen ans Familienleben nicht mehr gewachsen zu sein.

Rollenmodell in eine Moderne transformieren

Das Vereinbarkeitsdilemma lässt sich nicht auflösen. Aber es lässt sich gestalten. Das muss die positive Message an die vielen gut qualifizierten Frauen im Land sein. Der eigene Chef zu sein eröffnet nämlich eine entscheidende Möglichkeit, die noch viel stärker ins Bewusstsein dringen muss: In dieser Position kann die Vereinbarkeit, auch wenn sie immer ein Spagat bleibt, selbst gestaltet werden. Viele gut funktionierende Startups zeigen schon heute vorbildhaft, wie das gelingen kann. Diese ermutigenden Stimmen müssen lauter werden. In den nächsten Jahren stehen in Deutschland bei den KMU 700.000 Betriebsübernahmen an. Das sind 700.000 Gelegenheiten, in denen Frauen zeigen können, wie sie führen, wie sie Teams leiten und wie sie sich dem Thema Vereinbarkeit in neuer Form stellen. Wir brauchen gesellschaftlich diese positiven Beispiele so dringend. Sie bereichern das Miteinander entscheidend, weil sie es sind, die das Arbeits- und Wirtschaftsleben aus dem Rollenmodell der Nachkriegsgeneration in eine Moderne transformieren, in der die Frage nach dem Geschlecht einfach nicht mehr entscheidend ist.

Ökonomische Bildung stärken

Karrierefrau, Rabenmutter, Powerweib – die Negativbezeichnungen erfolgreicher Frauen sind endlos. Gibt es männliche Synonyme? Hat ein Mann einen blitzgescheiten Verstand und urteilt rational, wird er bewundert. Die Frau aber ist ein tough cookie – eine beängstigende Abwertung immer implizit. Schade, denn damit wächst der Geschlechter-Gap weiter an. Es ist übrigens eine Rosa-Hellblau-Falle, die sich früh öffnet: Du kannst kein Mathe, macht nichts, Du bist ja ein Mädchen. Die gesellschaftlichen Ohren etwas für diese Rol-

lenklischees zu sensibilisieren, ist ein erster wichtiger Schritt, echte Gleichstellung auch in den deutschen Führungsebenen zu leben. Frauen – auch das zeigen Studien – handeln oft erst, wenn sie sich sicher fühlen. Erst ausgestattet mit genug Fachkenntnis trauen sie sich bestimmte Funktionen zu. Zentrale Forderung muss es deshalb sein, die ökonomische Bildung im deutschen Schulbetrieb zu stärken. Hier beginnt die Ermutigung, sich Finanz- und Wirtschaftsthemen zuzutrauen. So wachsen die Frauen in die Führungsetagen der deutschen Unternehmen, wo wir sie so dringend brauchen, wollen wir dem internationalen Wettbewerb standhalten.



Gut zu wissen

Alle Länder im Vergleich haben den Frauenanteil in den Vorständen der Großunternehmen im vergangenen Jahr weiter ausgebaut. Deutschland liegt mit 18,2 % weit abgeschlagen hinter den USA (31,1 %), Großbritannien (27,4 %), Schweden (27,1 %) und Frankreich (24,6 %).

Quelle: Allbright Bericht September 2021

Lencke Wischhusen

Beisitzerin im Bundesvorstand der FDP
Vorsitzende der FDP-Fraktion in der
Bremischen Bürgerschaft
BVMW-Mitglied

www.lencke.de



Wenn nur die Bürokratie nicht wäre

Marit Kniesche und Maike Ulbrich – zwei erfolgreiche Frauen, die sich in ihrem Job durchgesetzt haben. Sie sind jeweils Geschäftsführerinnen von Orthopädiehäusern und haben diese trotz unterschiedlicher Herangehensweisen und einigen Rückschlägen groß gemacht.

Ich weiß heute nicht mehr, wie ich das alles geschafft habe“, lacht eine sichtlich zufriedene **Marit Kniesche**. Angefangen hat alles 2009, als die ausgebildete Physiotherapeutin und Betriebswirtin das Sanitätsfachgeschäft ihrer Eltern in **Potsdam** übernahm, damals mit 35 Angestellten an drei Standorten. „Es war eine denkbar ungünstige Konstellation“, erinnert sich Frau Kniesche. Alleinerziehend mit zwei kleinen Kindern kündigten kurz nach der Übernahme des Geschäftsführerpostens fünf wichtige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und schlossen sich einem neu gegründeten Konkurrenzunternehmen in Potsdam an.

Die Hälfte des Ladenpersonals des Sanitätshauses Kniesche, die Personen, die die Kunden beraten, war vom einen auf den anderen Tag verschwunden. Die neue Geschäftsführerin trommelte das verbliebene Personal zusammen, suchte offen das Gespräch, hörte sich auch Kritik an und bat schließlich, ihr eine ehrliche Chance zu geben. Innerlich war sie entschieden, diesen Kampf anzunehmen. „Konkurrenz spornt mich an.“ Und obwohl sie sich selbst zwei Jahre gegeben hatte, um auszuloten, ob dieser Job sie ausfüllt und sie ihm gerecht werden kann, war der Ehrgeiz schon nach wenigen Wochen in ihr geweckt.

Heute, elf Jahre später, muss sie keine Konkurrenz mehr fürchten. Aus drei Standorten sind sieben, aus 35 sind 110 MitarbeiterInnen geworden. Das Sanitätshaus Kniesche ist in Potsdam und Umgebung sehr gut aufgestellt. „Wenn man nach vorne will, muss man wachsen, sonst hat man keine Chance“, resümiert Marit Kniesche.

Visitenkarte

Sanitätshaus Kniesche GmbH

Gründung: 1990

Firmensitz: 14467 Potsdam (Brandenburg)

Geschäftsführerin und Geschäftsführer: Marit Kniesche,

Albrecht Schmelz

Mitarbeiter: 110

BVMW-Mitglied

www.kniesche.de



Marit Kniesche, Physiotherapeutin und Inhaberin von Sanitätshaus Kniesche in Potsdam.

Auf Jobsuche in Berlin

In Berlin suchte im Jahr 2011 die studierte Orthopädietechnikerin **Maïke Ulbrich** einen neuen Job. Das Sanitätsfachhaus Ortho-Ped Dittmer aus **Berlin-Wilmersdorf** machte ihr nicht nur ein Jobangebot, sondern stellte ihr sogar aus Altersgründen eine komplette Übernahme in Aussicht. „Ich habe mir das am Anfang nicht zugetraut. Ich hatte gerade mein erstes Kind bekommen, der Betrieb war nicht besonders gut geführt und hatte Schulden.“ Aber wegen der Orthopädiewerkstatt und nach Rücksprache mit ihrem Mann haben die beiden das Orthopädie-Fachgeschäft später dann doch übernommen.



Maïke Ulbrich, Orthopädietechnikerin und Inhaberin der Ortho-Ped Dittmer in Berlin-Wilmersdorf.

Visitenkarte

Ortho-Ped Dittmer GmbH & Co KG

Gründung: 1946

Firmensitz: Berlin

Geschäftsführerin und Geschäftsführer: Maïke Ulbrich,

Volker Cicha

Mitarbeiter: 25

BVMW-Mitglied

www.ortho-ped.berlin



Schnell musste sich Ulbrich eingestehen, dass mit Optimismus, Ruhe und Besonnenheit nicht alles getan war. Es gab offene Rechnungen, unzufriedene Zulieferer, jede Menge Investitionsbedarf, und auch hier kehrte ein Großteil der Personals dem Unternehmen den Rücken. Besonders schlimm war das in der Werkstatt, vom einen auf den anderen Tag saß sie mit den Orthesen, Prothesen, Einlagen und der Reha-Technik alleine da.

Aber Aufgeben kam nicht infrage. „Ich liebe es, mit den Kunden zu sprechen, zu modellieren und ihnen zu helfen.“ Drei Jahre arbeitete sie durch, nahm keinen Urlaub, erledigte dafür noch Kindererziehung und Familie. Und obwohl sich im Betrieb Besserung auf vielen Ebenen einstellte, konnte die Sache nicht gut gehen. Maïke Ulbrich erlitt einen Burnout. Vier Monate lang traten anstelle der Arbeit Klinik und Reha. „Ich hatte Zeit, über mein Leben nachzudenken. Wollte ich so weitermachen? Mich umorientieren oder ganz aussteigen?“, erinnert sie sich. Heute, sieben Jahre später, weiß sie, dass sie und ihr Mann vieles verändert und richtig gemacht haben. Sie trennt strikt Beruf und Familie, gönnt sich Auszeiten und führt neben Laden und Werkstatt in Wilmersdorf ein großes hochmodernes Orthopädiehaus am Berliner Kurfürstendamm und eine Podologie. Verändert haben sich die Netzwerkarbeit, die Qualität und der Teamgeist beim Personal. „Egal ob aus Südafrika, Iran, Spanien, Brasilien, in Ausbildung oder mit Handicap – die 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind für den anderen da und helfen sich gegenseitig“, erklärt sie stolz.

Unterstützung für den regionalen Sport

Was sowohl Marit Kniesche als auch Maïke Ulbrich an den Rand der Verzweiflung bringt, ist die ausufernde Bürokratie, für die mittlerweile mehr als die Hälfte der Arbeitszeit draufgeht. Die zum Teil vollkommen unnütze Regelungswut wachse immer weiter und sei kaum noch handhabbar, beklagen beide. Ein Ärgernis sei auch die oftmals nicht adäquate Leistungsvergütung der Krankenkassen. Bei manchen Vorhaben müsse man noch Geld mitbringen, um die Kunden vernünftig zu versorgen.

Was beide eint, neben einem versöhnlichen Umgang mit dem Personal – die eine stockt das Kurzarbeitergeld auf 100 Prozent auf, die andere lädt alle zu einer Woche Urlaub in Zypern ein: Beide haben jeweils einen männlichen Geschäftsführer an ihrer Seite, mit dem sie sich ergänzen. Und es eint sie das Herz für den regionalen Sport. Ortho-Ped unterstützt die Berlin Volleys oder die Handballmannschaft der Spreefüxxe, das Sanitätshaus Kniesche Turbine Potsdam, Babelsberg 03 oder die Handballer vom VfL Potsdam.

Für beide Unternehmerinnen ging der Weg nicht immer steil nach oben, Rückschläge mussten verkraftet und Anerkennung erkämpft werden. Einig sind sie sich aber in ihrem Fazit: Mehr Frauen an der Spitze von mittelständischen Unternehmen würden der Wirtschaft gut tun.



Herbert Beinlich

BVMW Leiter Kreisverband Berlin-Süd,
Pressesprecher Berlin

herbert.beinlich@bvmw.de



Bloß nicht aufgeben: Vanessa Ellis

Wenn von heute auf morgen alles anders ist, dann ist Umdenken gefragt. Die Veranstaltungsagentur ellis Events organisiert mit ihren gut 30 Mitarbeitenden weltweit große Firmenveranstaltungen – zumindest in den 30 Jahren vor der Corona-Pandemie.

Wenn man als Tochter in das gut laufende Familienunternehmen einsteigt, muss man sich um die Zukunft wenig sorgen. Diesen Gedanken hatte Vanessa Ellis, als sie die Eventagentur ellis Events übernommen hat. Sie liebt ihren Job als Eventmanagerin und die großen Veranstaltungen, die sie und ihr Team organisieren. Die Firma zu übernehmen war eine Herausforderung, auf die sie sich gefreut hat. In den ersten Jahren lief es wie am Schnürchen. „Dann kam Corona. Die Pandemie hat bei uns im Unternehmen wie in vielen anderen Branchen alles zum Stillstand gebracht“, erzählt Ellis. Plötzlich war nichts mehr so, wie es war, an Auslandsreisen war nicht zu denken, geschweige denn an große Veranstaltungen. Im neu gebauten Firmengebäude wuselte es vor Mitarbeitenden, die eigentlich Kunden aus der ganzen Welt betreuen und nun nichts zu tun hatten. Dass sie für ihre Angestellten mal Kurzarbeit anmelden müsste, hätte die Unternehmerin nie gedacht. Nun war es Realität.

Kämpfergeist fürs Unternehmen und für Mitarbeitende

Auf der Suche nach der zündenden Idee war Ellis überzeugt, dass es jetzt nicht viel schlimmer kommen könnte. Bis sie mit Verdacht auf eine Corona-Infektion in ein Testzentrum geschickt wurde. „Das auch noch, schoss es mir durch den Kopf. Und gleichzeitig habe ich mich über die langen Wartezeiten geärgert“, berichtet Ellis. Damals wusste sie noch nicht, dass das der Wendepunkt sein wird. Große Menschenströme zu leiten, dafür hatte sie schon Hunderte Konzepte erarbeitet. Also bot sie ihr Know-how den öffentlichen Stellen an. „Offene Türen haben wir anfangs nicht eingerannt. Bis das Impfzentrum in Meßstetten geplant wurde.“ Hier konnte das Team endlich seine Trümpfe ausspielen. Zusammen mit den öffentlichen Stellen und Ärzten organisierte Vanessa Ellis die Abläufe vor Ort und mobile Impfaktionen.



Vanessa Ellis, Geschäftsführerin der ellis Events GmbH.

Und wieder umdenken

Mit dem Aus des Impfzentrums hieß es für die Geschäftsführerin wieder umdenken. „Uns war klar, dass das Impfzentrum nicht ewig laufen würde. Aber an große Veranstaltungen war eben auch noch nicht zu denken“, so Ellis, die immer noch täglich Anfragen zu Impfungen erreichten. Erneut bewies Ellis ein glückliches unternehmerisches Händchen. Die Büroräume des Unternehmens wurden zum Test- und Impfzentrum, das sie zusammen mit Ärzten betreibt. „Die eigentliche Herausforderung war, sich bewusst über die Stärken zu werden und Wege zu suchen, diese einzusetzen. Und natürlich gehört eine Portion Glück dazu“, resümiert Vanessa Ellis die letzten turbulenten Monate. Im neuen örtlichen Impfzentrum ist Ellis wieder mit von der Partie. „Und irgendwann werden wir auch wieder Veranstaltungen planen“, ist sie sich sicher.



Visitenkarte

ellis EVENTS GmbH
Gründung: 1987
Firmensitz: Balingen (Baden-Württemberg)
Geschäftsführerin: Vanessa Ellis
Mitarbeiter: 30
BVMW-Mitglied

www.ellis-events.com



Katrin Plewka
BVMW Pressesprecherin Baden-Württemberg

katrin.plewka@bvmw.de

Pragmatisch statt perfekt: Melanie Volm

Gemeinsam mit ihrem Ehemann Richard Zizmann leitet Melanie Volm die i+M GmbH & Co.KG – Innovation und Management. Das mittelständische Unternehmen aus Baden-Württemberg baut weltweit Anlagen zur Trocknung von Klärschlamm. Ein Thema, das sie sehr umtreibt, ist die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Ein international tätiges Unternehmen zu leiten, bedeutet viel Abwesenheit von zu Hause. „Es geht in der öffentlichen Diskussion nie um die Frage, ob Beruf und Familie vereinbar sind, sondern nur darum, wie. Das ist falsch. Berufstätige Eltern sollten sich von dem Gedanken verabschieden, allem gerecht werden zu können.“ Melanie Volm vermittelt den Eindruck, als würde ihr dieser Spagat ganz gut gelingen. Trotzdem – oder gerade deshalb – wird sie des Themas nicht müde und hat konkrete Ideen, was sich verändern muss.

Familienunternehmen – Vorteil für die Vereinbarkeit

Nach Abitur und kaufmännischer Ausbildung arbeitete Volm in leitenden Positionen in Handel und Handwerk, bis sie 2011 bei der i+M GmbH landete. Heute ist sie im Management und mit dem Unternehmen buchstäblich verheiratet. Das Arbeiten mit ihrem Mann empfindet sie als Vorteil. „Wenn einer einen anderen Beruf hätte, würde das Verständnis für den alltäglichen Balanceakt fehlen.“ Dass die damit verbundene Flexibilität auch ein Privileg ist, ist dem Paar durchaus bewusst – in ihrem Unternehmen bieten sie daher variable Arbeitszeitmodelle an.

Geht nicht – gibt's nicht

Für sich selbst hat Volm die Situation mangels Alternativen pragmatisch gelöst. Die Familie wohnt und arbeitet unter einem Dach, das spart Wegzeiten. Ihren neunjährigen Sohn würden vermutlich so einige Weltenbummler um die zahlreichen Stempel in seinem Pass beneiden. Seine erste „Dienstreise“ absolvierte er mit neun Monaten, zu einer Messe nach Ungarn. In den Ferien geht es nach Indien oder Brasilien – auf Baustellen oder Konferenzen statt an den Pool.

Um- und neu denken

Die Rahmenbedingungen in Deutschland sind dabei alles andere als optimal. „Das Schulsystem ist ein Teilzeitkonzept. Die Ferienregelung stammt aus den 1960er Jahren, Stichwort Heimchen am Herd“, kritisiert die Unternehmerin. Wirtschaftsorientierte Ganztagschulen und Betriebskindergärten würden den 4,4 Millionen Müttern und Vätern eine echte Chance bieten, als Fachkräfte wieder mehr als nur Teilzeit zu arbeiten. Die systemrelevante Care-Arbeit, egal ob zu Hause oder im Beruf, verdient mehr Respekt und Wertschätzung – auch finanziell. Eine Pendlerpauschale für Kurzstrecken oder eine Art Soli-Umlage aus der Industrie sind zwei der Ideen, die Volm formuliert.

Doch die Stimmen für gesellschaftliche Veränderungen sind immer noch zu leise, zu schnell rast das alltägliche Vereinbarkeits-Hamster- rad. Zeit und Energie für ein politisches Amt, um strukturelle Weichen



Melanie Volm (li.) mit ihrem Sohn auf einer Baustelle in Indien.

zu stellen, bleiben da nicht. „Wir“, sagt Melanie Volm über sich und ihren Mann, „haben rückblickend bisher schon viel richtig gemacht. Viel, nicht alles – sonst wäre es ja perfekt, und das geht nicht.“



Visitenkarte

i+M GmbH & Co.KG

Gründung: 2010

Firmensitz: Balingen (Baden-Württemberg)

Geschäftsführung: Melanie Volm, Richard Zizmann

Mitarbeiter: 15

BVMW-Mitglied

www.im-gbr.de/de



Katrin Plewka

BVMW Pressesprecherin Baden-Württemberg

katrin.plewka@bvmw.de





Stefanie Ridzkowski ist Mitglied der Geschäftsleitung Autohaus Cottbus und eine der wenigen Frauen im Management der Marke Mercedes-Benz.

Starkes Selbstvertrauen: Stefanie Ridzkowski

Das Ziel: die Unternehmensnachfolge. Der Weg: planmäßige Einarbeitung, schrittweise Übernahme von Verantwortung. Was für Söhne selbstverständlich erscheint, kann einer Tochter auch in der männerdominierten Autowelt ebenso gut gelingen.

Stefanie Ridzkowski ist Betriebswirtschaftlerin. Nach ihrem Studium ging sie zur Lufthansa Technik AG und übernahm Funktionen in Vertrieb und Controlling, um schließlich die Teamkoordination Kundendienst zu leiten. 2017 kehrte sie in ihre Heimat Cottbus zurück und dockte im Unternehmen ihres Vaters an. Hagen Ridzkowski gründete 1990 gemeinsam mit seinen zwei Gesellschaftern das Autohaus Cottbus per Management-Buy-out, heute bietet er an fünf Standorten in Südbrandenburg die Reparatur und den Verkauf von Fahrzeugen der Marken Mercedes-Benz und Smart an. Das Autohaus Cottbus ist unter den deutschen Daimler-Standorten anerkannt erfolgreich, der Inhaber bestens vernetzt, sein Wort hat über die Branche hinaus Gewicht.

Große Fußstapfen

„Ich musste mich sofort entscheiden, gehe ich als Tochter vom Chef in die Firma oder möchte ich Teil des Teams werden.“ Schließlich übernahm sie als frischgebackenes Mitglied der Geschäftsleitung 2020 das Projekt des ganzheitlichen Umbaus des Pkw-Showrooms in Cottbus. Dadurch kam sie mit dem Team intensiv zusammen und stieg ganz praktisch in die Führung ein. Dabei erkannte die 38-Jährige schnell, dass es weder möglich noch sinnvoll ist, die Fußstapfen

des Firmengründers auszufüllen: „Wir profitieren mittlerweile voneinander.“ Eine Erfahrung, die sie auch bei einer weiteren Aufgabe bestätigt fand. Anfang 2021 wurde ihr die Verkaufsleitung Truck übertragen – ein Segment, dem Frauen eher nicht zugeordnet werden. Kundenbesuche absolviert sie gemeinsam mit ihren Verkaufsberatern und stellt auch hier fest: Der Mix macht's – und dann oft besser. Wo ihr Kollege technisch versierter verkauft, punktet sie bei den betriebswirtschaftlichen Themen.

Zwei von hundert

Eine symptomatische Begegnung mit der Männerwelt der Autobranche erlebte sie bei ihrer ersten Jahrestagung von Mercedes-Benz. Sie lacht. „Wir waren zu zweit. Zwei Frauen unter hundert Teilnehmern. Das war schon eigenartig.“ Diskriminierung spürte sie jedoch keine Sekunde. „Sicher musste ich mich schon mit sehr männlichem Denken auseinandersetzen. Aber das empfand ich als positiv. Außerdem wurde ich als Kollegin gleichberechtigt aufgenommen und fühlte mich durchaus auch als Frau wertgeschätzt.“ Der feministische Blickwinkel könnte hier positive Diskriminierung konstatieren. Stefanie Ridzkowski winkt ab. „Man kann diese Wertschätzung auch einfach annehmen. Voraussetzung ist ein gesundes Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten. Am Ende zählt der gemeinsame Erfolg.“



Visitenkarte

Autohaus Cottbus (AHC) GmbH

Gründung: 1990

Firmensitz: Cottbus (Brandenburg)

Mitglied der Geschäftsleitung: Stefanie Ridzkowski

Mitarbeiter: 200

BVMW-Mitglied

www.ahconline.de



Jörg Tudyka

BVMW Pressesprecher Brandenburg

joerg.tudyka@bvmw.de



Schnellzug Digitalisierung: Ursula Cantrup-Korporal

Ursula Cantrup-Korporal ist seit über 20 Jahren in der Geschäftsführung der ITK Internationales Transport-Kontor GmbH. Die Herausforderungen des Mittelstands im Allgemeinen und der Logistikbranche im Besonderen kennt sie nur zu gut.

Opersängerin – das wollte Ursula Cantrup-Korporal als Kind werden. Doch für die Musik habe ihr dann doch die Disziplin gefehlt. Dieser Satz lässt einen etwas schmunzeln – kommt er doch aus dem Mund einer Frau, die Jura studiert hat und seit zwei Jahrzehnten erfolgreich ein Unternehmen leitet.

Auf Umwegen zurück zu den Wurzeln

Als Tochter des Firmengründers war ihr Weg vermeintlich vorgezeichnet. Doch die Entscheidung, ins Familienunternehmen einzusteigen, hat sie spät und nicht leichtfertig getroffen. Schließlich bekam sie von klein auf mit, was es heißt, einen Betrieb zu führen: wenig Familienzeit, viel Verantwortung, Zukunftssorgen.

Auf die Frage nach Herausforderungen als Frau in der männerdominierten Logistikbranche entgegnet sie: „Da hatte ich als Juristin mehr Schwierigkeiten. Der Ton in der Speditionswelt war mir sympathischer, damit war ich ja auch schon vertraut.“ Der richtige Ton spielt für sie ohnehin eine große Rolle. Behandle jeden so, wie du selbst behandelt werden möchtest, so lautet ihr Credo.

Stiefkind Mittelstand, Stiefkind Logistikbranche

Respekt – davon würde Cantrup-Korporal sich mehr wünschen, für den Mittelstand und für ihren Berufsstand. Sie ärgert sich über zu wenig Verständnis, mangelnde Wertschätzung und die Unkenntnis darüber, was ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter alles leisten. Gerade in mittelständischen Unternehmen wie ihrem sind die Aufgaben facettenreich und anspruchsvoll. Cantrup-Korporal braucht in ihrem Team vielseitige Generalisten. Dass solche immer schwerer zu finden sind, ist nichts Neues und für die Unternehmerin nur ein Grund mehr, am Image der Branche zu arbeiten.

Stetes Arbeiten am Betrieb

Nachwuchssorgen sind nicht das einzige Thema, das Cantrup-Kor-



Geschäftsführerin der ITK GmbH: Ursula Cantrup-Korporal.

poral, wie viele Mittelständler, derzeit beschäftigt. Zu Beginn ihrer Karriere, in den 80er Jahren, herrschte Aufbruchstimmung in der Branche, im positiven Sinne. Veränderungen bedeuteten Chancen. Heute ist der Druck wesentlich größer. Sich mit den Big Playern zu messen, wird immer schwieriger. Die Digitalisierung ist ein Schnellzug, keine Bimmelbahn, und permanente Weiterentwicklung ein Muss. Man arbeitet mehr am Betrieb als im Betrieb, so Cantrup-Korporal. „Sich immer zu überlegen, wo man in fünf Jahren steht, das ist die größte Herausforderung.“ Ihre Tochter ist 34 und arbeitet auch im Unternehmen. Ob sie die Geschäftsführung übernimmt, wollen sie gemeinsam entscheiden – in den nächsten fünf Jahren.



Visitenkarte

ITK – Internationales Transport-Kontor GmbH
Gründung: 1925
Firmensitz: Karlsruhe (Baden-Württemberg)
Geschäftsführerin/Geschäftsführer: Ursula Cantrup-Korporal/
Jürgen Ott
Mitarbeiter: 127
BVMW-Mitglied

www.itklogistics.com



Katrin Plewka
BVMW Pressesprecherin Baden-Württemberg

katrin.plewka@bvmw.de



Transformation eines Flughafens: Dörthe Hausmann

Dörthe Hausmann ist Geschäftsführerin des Flughafens Rostock-Laage und damit eines stark von der Coronakrise betroffenen mittelständischen Unternehmens. Mit einem kreativen Maßnahmenmix hat die Managerin seine Zukunftsfähigkeit erhalten und ihm das Ticket für einen neuen Höhenflug ausgestellt.

Die Geschichte des Flughafens Rostock-Laage reicht weit zurück. Ende der 1970er Jahre errichtete die Nationale Volksarmee auf dem Gelände des heutigen Flughafens Rostock-Laage einen Militärstützpunkt. Kurz nach der Wende begann seine touristische Nutzung. Mit der Stationierung des Ausbildungsbetriebs der Lufthansa und einer Nachtpostabfertigung kamen schnell neue Geschäftsfelder hinzu, die die Zukunftsfähigkeit des Flughafens sichern sollten. Genau diesem Ziel verschrieb sich Dörthe Hausmann, die im Jahr 2017 die Geschäfte des lange Zeit defizitären Airports und die Verantwortung für rund 170 Mitarbeiter übernahm.

Grenzen erkennen und mit Strategien überschreiten

Mit dem Ausbau des Flugprogramms schaffte es Hausmann in kurzer Zeit, die Passagierzahlen des zivilen Airports zu steigern. Im Jahr 2018 wurde mit 296.000 Passagieren ein bis heute währender Rekord aufgestellt und das beste wirtschaftliche Unternehmensergebnis in der Geschichte des Flughafens erreicht. In den Krisenjahren ab 2019, als innerhalb von zwei Monaten 80 Prozent der Kunden durch Airline-Insolvenzen verloren gingen, war jedoch klar, dass der Entwicklung des Luftverkehrs am Standort Grenzen gesetzt sind und es neuer strategischer Entscheidungen bedurfte. Hausmann begann, den Flughafen Rostock als Unternehmen neu zu denken. Grundstücke sollten in Werte gesetzt, der Flughafen als Technologiestandort weiterentwickelt und luftfahrtunabhängige Geschäftsfelder erschlossen werden. Um das in der Krise benötigte Tempo dafür zu beschleunigen, musste die Gesellschaftsstruktur mit Gesellschaftern der öffentlichen Hand optimiert werden.

Coronakrise als Brennglas und Booster

Am Flughafen Rostock-Laage waren mit Corona rund 60 Prozent aller Flüge weggefallen, und der Lockdown groundete alle Linienflüge. Dörthe Hausmann diversifizierte die Erlöse mit einem Impfzentrum, mit Parkräumen für zeitweise stillgelegte Airbus-Flugzeuge und konnte mit weiteren Kooperationen binnen kürzester Zeit neue Ge-



Dörthe Hausmann, Geschäftsführerin des Flughafens Rostock-Laage.

schaftsfelder und Einnahmen generieren. Gleichzeitig wurden Investoren gesucht – und gefunden. Ende 2021 übernahm das Logistikunternehmen Zeitfracht den privaten Teil des Flughafens. Der Airport Rostock-Laage soll nun in kürzester Zeit zu einem bedeutenden Logistikzentrum ausgebaut werden.



Visitenkarte

Flughafen Rostock-Laage-Güstrow GmbH
Firmensitz: Rostock-Laage (Mecklenburg-Vorpommern)
Geschäftsführerin: Dörthe Hausmann
Mitarbeiter: 170
BVMW-Mitglied

www.rostock-airport.de



Doris Schultz
Beauftragte des BVMW Rostock

doris.schultz@bvmw.de





Die ASG Spremberg GmbH favorisiert gemischte Teams.



Hotspot des Strukturwandels in der Lausitz: Industriepark Schwarze Pumpe.

Strukturwandel mit Power und Feingefühl: Petra Axel

Die ASG Spremberg GmbH ist als Wirtschaftsförderer für die Stadt Spremberg (Brandenburg) und die Gemeinde Spreetal (Sachsen) länderübergreifend tätig. Petra Axel ist seit 2017 Geschäftsführerin der ASG und des Zweckverbands Industriepark Schwarze Pumpe. Damit führt sie eines der wichtigsten industriellen Zentren im Osten Deutschlands und den Hotspot des Strukturwandels im Lausitzer Revier.

Im Industriepark Schwarze Pumpe sind mehr als 125 Unternehmen mit mehr als 5.500 Beschäftigten angesiedelt – Tendenz steigend. Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Transformation, die Energiewende und der Strukturwandel sind hier täglich live zu erleben. Die ASG gestaltet dabei die Veränderungen an vorderster Front mit und sucht sich nachhaltig zu positionieren. „Es sind eher mehrere Fronten“, meint Petra Axel. Da gibt es die vielen Wettbewerber im Ringen um Ansiedlungen, da sind hart verhandelnde Investoren, da gibt es die lokalen Auftraggeber, andererseits Landes- und Bundesministerien, Behörden und Institutionen. Dass Petra Axel bei ihrer Aufgabe, ihre Region in eine neue Zukunft zu transformieren, überwiegend in einer Männerwelt unterwegs ist, akzeptiert sie als Realität und nimmt es mit Humor.

Ein Haifischbecken, von Männern geprägt

„Ein Haifischbecken“, lacht die ASG-Chefin, „und überwiegend von Männern geprägt. Da muss man sich als Frau erstmal grundsätzlich Gehör verschaffen, um dann im gemeinsamen Arbeiten respektiert zu werden. Aber deshalb sehe ich mich nicht diskriminiert.“ Wer auf diesem Feld etwas erreichen möchte, so Axel, benötigt innere Stärke, Selbstbewusstsein, Risikobereitschaft, Entscheidungsfreude, aber auch Feingefühl – und als Frau am besten von allem ein gerüttelt Maß mehr. Sie führt das Unternehmen gemeinsam mit ihrem männlichen Kollegen, dem technischen Geschäftsführer. „Wir arbeiten sehr gut zusammen, weil wir den Blickwinkel des jeweils anderen schätzen.“ Was sie als symptomatisch betrachtet.



ASG-Geschäftsführerin Petra Axel leitet ein Team inmitten eines der Hotspots des Strukturwandels – dem Industriepark Schwarze Pumpe.

Gemischte Teams sind besser

Denn ihr Team gestaltet Axel nach Möglichkeit geschlechtlich ausgewogen. Nicht als Dogma, sondern ganz pragmatisch. „Meine Erfahrung zeigt, dass gemischte Teams besser agieren. Frauen erleben oft strukturierter, vorausschauender und zielstrebig. Männer bringen wiederum oft Pragmatismus ein, weil sie Probleme nüchterner betrachten. Das Betriebsklima ist letztlich besser. Das wirkt sich auf die Ergebnisse aus.“ Und das funktioniert auch bei der Herausforderung, unter Pandemiebedingungen gleichzeitig das Tagesgeschäft zu meistern und den Strukturwandel zu gestalten. Petra Axel: „Ich fühle mich dem gewachsen.“



Visitenkarte

ASG Spremberg GmbH

Gründung: 1992

Firmensitz: Spremberg, OT Schwarze Pumpe (Brandenburg)

Geschäftsführerin/Geschäftsführer: Petra Axel, Roland Peine

Mitarbeiter: 65

BVMW-Mitglied

www.asg-spremberg.de



Jörg Tudyka

BVMW Pressesprecher Brandenburg

joerg.tudyka@bvmw.de



Winzerin mit Leidenschaft: Jutta Fassian

Jutta Fassian liebt ihre Weinberge und die grandiose Landschaft in Mehring an der Mosel. Mit dieser Leidenschaft fand ihr Weingut Jutta Fassian 1987 mit dem Riesling Sekt „Tanzendes Paar“ seinen Anfang. In einer von Männern geprägten Weinwelt damals eine echte Herausforderung.

Nach Abschluss der Winzermeisterprüfung und ihrer Zeit als Deutsche Weinkönigin realisierte Jutta Fassian 1987 ihren Traum vom eigenen Weingut und startete damit ihre ganz besondere Geschichte. So übernahm sie 2003 das elterliche Weingut und führte beide Weingüter zusammen. Seitdem hat sich viel getan, doch für Fassian gibt es keinen Stillstand.

Gute Lage

Die Trauben reifen in den Weinbergen des Weingutes in ausgewählten, kleinen, nach Süden geneigten Lagen. Konsequenterweise niedrige Erträge und schonende, qualifizierte Weinbereitung verleihen den Weinen ihren besonderen Schliff. Die Feinheiten des Ausbaus sind von der moselländischen Tradition und der langjährigen Erfahrung im Weinbau Norditaliens geprägt. Mitte der 1990er nutzte Fassian die große Chance, in Südtirol im Weingut Elena Walch eine repräsentative Aufgabe zu übernehmen.

Mehr als Alkohol, Zucker und Säure

„Wein kann man ebenso wenig nach seiner Analyse beurteilen, wie eine schöne Frau nach ihrem Röntgenbild“, diese Weisheit machte Fassian zu ihrem Leitsatz.

Deshalb finden sich auf der Weinkarte und im Rahmen der Weinprobe auch keine analytischen Angaben zu den Weinen. Denn Wein ist so viel mehr als Alkohol, Restzucker und Säure. Damit diese Philosophie kein Weinlager mit Verriegelung bleibt, stellt Fassian in ihren Räumen Kunstwerke von Christel Johanna Schoenen-Schlootz aus, die die Persönlichkeit ihrer Weine vermitteln.



Geschäftsführerin Jutta Fassian.

Wein und Speise gehören für Jutta Fassian untrennbar zusammen. Deshalb erleben die Weinfreunde bei ihr Natur pur am Weinbaulehrpfad und der römischen Villa Rustica in Mehring. Das Erlebnis Weinbaulehrpfad in Naturkulisse wird kombiniert mit kleinen kulinarischen Happen: Klein aber fein, passend zum Wein.

Die aktuellen Umstände machen erfinderisch: Unter dem Motto: „Ein Stückchen mit dem Schlückchen“ begleitet die Winzerin ihre Gäste bei virtuellen Weinproben mit Wein und dazu passendem Käse aus regionalen Hof- und Landkäsereien. „Wein kann man eben immer wieder in neuen Facetten erleben“, so Fassian.



Visitenkarte

Weingut Jutta Fassian

Gründung: 1987

Firmensitz: Mehring an der Mosel (Rheinland Pfalz)

Geschäftsführerin: Jutta Fassian

BVMW-Mitglied

<https://weingut-juttafassian.jimdo.com>



Guido Augustin

BVMW Pressesprecher Rheinland-Pfalz/Saarland

guido.augustin@bvmw.de



OstContact 6/2021

Abfallwirtschaft und Umwelt

Abfallwirtschaft in Russland: Mit deutschem Know-how zu höheren Recyclingquoten
Immobilienentwicklung: Das Gebäude als Materialdepot
Zentralasien: Usbekistan setzt auf Atomstrom



ChinaContact 6/2021

E-Commerce und Digitalmarketing

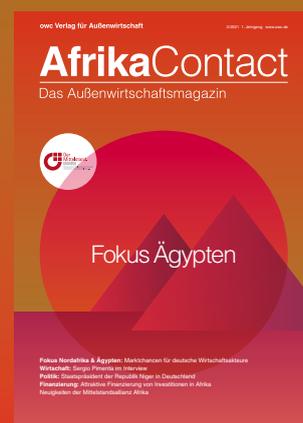
Rückblick 2021: Selbstbewusst gegen tradierte Machtstrukturen
NRW und China: Zukunftsthemen bieten Chancen
LkSG: Lieferantenbeziehungen – was steht jetzt an?



AfrikaContact 2/2021

Herausgegeben in Zusammenarbeit mit dem BVMW,
dem Netzwerk für den deutschen Mittelstand.

Kostenloser Download: owc.de/ac



Deutsch-Russisches Wirtschaftsjahrbuch 2021/2022

Das Deutsch-Russische Wirtschaftsjahrbuch bietet Führungskräften in Unternehmen
und Institutionen die zentralen Ereignisse des Jahres 2021 im Überblick und die wich-
tigsten Entwicklungen im Jahr 2022 im Ausblick.



Shop: shop.owc.de



App: owc.de/app

OWC
Außenwirtschaft



Starke Frauen –
Starker Mittelstand

Starke Frauen – Starker Mittelstand

Interview-Reihe mit erfolgreichen Unternehmerinnen im Mittelstand

Seien Sie
dabei – werden Sie
Teil des Netzwerks:



Der BVMW hat es sich zur Aufgabe gemacht, Unternehmerinnen und die Arbeit von weiblichen Führungskräften sichtbarer zu machen, von Frauen geführte Unternehmen zu fördern und neue Angebote für Frauen in der Wirtschaft zu schaffen.

„ Der BVMW leistet mit seiner Initiative „Starke Frauen – Starker Mittelstand“ einen wertvollen Beitrag, um erfolgreiche Unternehmerinnen sichtbar zu machen.

(Anne Spiegel, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend)

Gleichzeitig wollen wir Frauen im Mittelstand dabei unterstützen, sich zu vernetzen, ihnen einen intensiven Austausch ermöglichen und eine größere Plattform für Kooperationen schaffen. In diesem

Zusammenhang werden auf unserer Webseite sowie im Magazin DER Mittelstand. regelmäßig Interviews mit ausgesuchten Unternehmerinnen veröffentlicht.

Sie sind Mitglied im BVMW, wollen Ihre Geschichte als Unternehmerin erzählen oder kennen eine erfolgreiche Frau im Mittelstand, deren Geschichte erzählt werden sollte?

Für mehr Sichtbarkeit von Frauen im Mittelstand. Seien Sie dabei!

Kontakt

frauen.mittelstand@bvmw.de

<https://www.bvmw.de/sektionen/frauen-im-mittelstand/>



Wir
„Sind ~~wir~~
liquide
genug!“

Nord Leasing-Sale & Lease Back:

Mehr Finanzkraft für den Mittelstand

- ✓ Generiert kurzfristig Liquidität
- ✓ Verbessert die Eigenkapitalquote
- ✓ Hebt stille Reserven für höhere Buchgewinne
- ✓ Rating- und bonitätsunabhängig

www.nordleasing.com

NordLeasing 

Starke Frauen – Starker Mittelstand

Starke Frau: Andrea Ammerich-Geier

DER Mittelstand.: **Wie sind Sie dazu gekommen, Unternehmerin zu werden?**

Andrea Ammerich-Geier: Meine Ausbildung zur Damenmaßschneiderin begann 1989, also mitten in der Wendezeit. Trotz der vielen Hürden in der Zeit des politischen Umbruchs konnte ich 1993 die Meisterprüfung erfolgreich abschließen. In diesem Handwerk Fuß zu fassen, erschien mir nach der Wende äußerst schwierig. Billigware überschwemmte den Markt. Mein Ziel, eine eigene Werkstatt zu eröffnen, rückte erst einmal in weite Ferne. Aber ich blieb der textilen Branche treu: Ich erlangte Einblicke in einer türkischen Änderungsschneiderei, einer Textilrestaurierung, der industriellen Fertigung von Fahrzeugplanen und in die Fertigung von Schutzhüllen für Industrieroboter und Werkzeuge. Mein Ziel wurde wieder greifbar.

Würden Sie diesen Weg noch einmal gehen?

Ja, auf jedem Fall. Ich brauchte diesen langen Weg der Erfahrung, um den Mut zu haben, ein Unternehmen zu gründen. Dazu gehören alle Fehler der Vergangenheit genauso wie alle Erfolge. Dazu gehört die Zeit, sich orientieren zu können, sich selbst ausprobieren zu dürfen, Grenzen zu erfahren und Möglichkeiten zu entdecken. Dazu gehört Neugier, aber auch Risikoeinschätzung, Unterstützung und Verständnis bei Familie und Freunden ebenso wie konstruktive Kritik. Dazu gehört die eigene Reife als Mensch, der an seine Fähigkeiten glaubt und bereit ist, immer weiter zu lernen. Erst nach fast 20 Jahren Berufserfahrung war ich bereit, mein eigenes Unternehmen ins Leben zu rufen.

Welche Entscheidung war für Sie die wegweisendste, von welcher haben Sie am meisten gelernt?

Die wohl wichtigsten Entscheidungen in meinem Leben waren: mit 22 Jahren ein altes Haus zu kaufen und mit 23 Jahren Mutter zu werden. Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen, ohne sich selbst zu verlieren, ist eine ehrgeizige Aufgabe. Auch wenn dies nur indirekt fachlich wegweisend war, so weiß ich heute, wie viel es mich gelehrt hat: durchhalten, kämpfen und für die eigenen Überzeugungen ein-

stehen. Der daraus resultierende Optimismus, die Tatkraft und die Kreativität haben mir beruflich natürlich auch die Weichen gestellt, ich habe neue Aufgaben und Herausforderungen immer gerne angenommen.

Womit beschäftigen Sie sich derzeit besonders intensiv?

In den nächsten Monaten gilt es zunächst mit der Digitalisierung voranzukommen. Zwar sind wir vorwiegend ein handwerklicher Betrieb, doch ich will gerade im organisatorischen Bereich und in der Buchhaltung die Vorzüge der digitalen Datenerfassung und Verarbeitung nutzen. In Zeiten von Corona bangen viele Mitarbeiter um ihren Arbeitsplatz. Ich habe die Zeit genutzt, um in eine Führungskräfte-Schulung zu investieren, die übergreifend auch die Mitarbeitenden einbindet. In unserem familiär geführten Betrieb halte ich es für besonders wichtig, dass wir als Team gut funktionieren. Ehrenamtlich bin ich seit vielen Jahren im Sportverein TSV Wefensleben aktiv. Das möchte ich weiter intensivieren, und auch als Sponsor will ich diesem Verein weiter als Partnerin zur Seite stehen.

Welche Botschaft möchten Sie anderen Unternehmerinnen mitgeben?

Mut, liebe Damen, das möchte ich allen zusprechen, die sich mit dem Gedanken tragen, in ihrem Leben, in ihrem Berufsleben und auch in unserer Gesellschaft etwas zum Besseren verändern zu wollen. Schaut euch eure Vorbilder an, eure Ziele und eure Möglichkeiten. Wir Frauen können so viel stemmen, wir sollten uns das auch zutrauen. Es ist besser, mal einen Fehler zu machen als gar nichts zu machen.





Was schätzen Sie am BVMW besonders?

Als „learning by doing“-Unternehmerin gibt es mir ein Gefühl von Sicherheit, mit meinem kleinen Unternehmen dem großen Verband des BVMW anzugehören. Hier finde ich Rat und Hilfe auf kurzen Wegen. Das riesige Netzwerk bietet die Plattform sowohl für weiträumige neue Zusammenarbeit und dafür, sich regional besser kennenzulernen, Synergien zu schaffen. Warum Materialien über Tausende Kilometer aus dem Ausland importieren, wenn sie auch im Umkreis zu haben sind.

Welche Ideen haben Sie für die Zukunft?

Mit der Individualität unserer Produkte sind wir mittlerweile für viele unserer Kunden in Gießereien, Maschinenbau oder Lackierung ein empfehlenswerter Partner geworden. In neuen Bereichen wie Strahltechnik, Lebensmittelindustrie oder Reinraumtechnik will ich künftig ein breiteres Spektrum anbieten. Das erfordert neben der Produkt-

Visitenkarte

Die Damenschneidermeisterin **Andrea Ammerich-Geier**, Jahrgang 1973, gründete 2011 das Unternehmen SafetyCover. Unternehmensgegenstand sind der Roboterschutz und Schutzverkleidungen aller Art. 2013 wurde sie mit dem Gründerpreis der SUPERillu in der Kategorie Newcomer ausgezeichnet.

BVMW-Mitglied

www.safety-cover.de



entwicklung auch neue Wege in der Verarbeitung und die dafür geeigneten Materialien.



Starke Frauen – Starker Mittelstand

Starke Frau: Susanne Punner



DER Mittelstand.: Wie sind Sie dazu gekommen, Unternehmerin zu werden?

Susanne Punner: Als angestellte Hoteldirektorin bin ich keine Unternehmerin im herkömmlichen Sinne, aber ich arbeite so, als wäre ich es. Ich hatte schon in meiner kaufmännischen Ausbildung Ambitionen, etwas zu bewegen und nicht nur abzuarbeiten, vielleicht auch etwas zu entscheiden. Daher habe ich später studiert und war recht schnell in Führungspositionen tätig. Bis zu meiner jetzigen Position habe ich mich klassisch hochgearbeitet.

Wenn Sie in der Zeit zurückgehen könnten, würden Sie denselben Weg noch einmal gehen, oder würden Sie etwas anders machen?

Ich möchte den Blick nicht zurück, sondern eher nach vorn richten. Vielleicht würde ich heute etwas anders machen, es gibt sicher auch mehr Möglichkeiten. Vielleicht würde ich aber auch dieselben Entscheidungen wieder treffen. Am Ende zählt jedoch, im Hier und Jetzt zu leben, nicht nur privat, auch beruflich.

Welche Entscheidung würden Sie für sich als die wegweisendste bezeichnen oder auch die, aus der Sie am meisten gelernt haben?

Ich glaube es war die, vor einigen Jahren einen Job anzunehmen, der eigentlich nicht meinen Wünschen und Vorstellungen entsprochen hat. Dadurch bin ich am Ende aber dort gelandet, wo ich heute bin.

Womit beschäftigen Sie sich derzeit besonders intensiv?

Schon seit einigen Jahren beschäftige ich mich mit dem Thema Mitarbeiternachwuchs und Berufsorientierung. Junge Menschen für un-

Visitenkarte

Die Betriebswirtin Susanne Punner, geboren 1975, engagierte sich viele Jahre als Prüferin und im Tourismusausschuss der IHK Chemnitz. Sie erhielt 2018 die Ehrennadel der Dehoga. Seit 2010 ist sie bei der Seaside Collection und seit Anfang 2021 Hoteldirektorin im Seaside Park Hotel Leipzig.

BVMW-Mitglied

www.parkhotelleipzig.de



sere Branche zu begeistern, ist eine spannende, aber auch fordernde Aufgabe. Ich habe mich während meiner Tätigkeit in Chemnitz in einem Verein engagiert, der Mentoring im Rahmen der Berufsorientierung angeboten hat. Außerdem unterstützen wir als Hotel Praktika, Berufsorientierungstage, Ausbildungsmessen und sind auch offen für neue Ideen.

Welche Botschaft möchten Sie anderen Unternehmerinnen mitgeben?

Tu, was du gern machst, dann machst du es auch richtig.

Was schätzen Sie am Verband Der Mittelstand.BVMW besonders?

Wir schätzen den persönlichen und verbindlichen Umgang miteinander. Der BVMW ist Ansprechpartner, Vermittler, Ideengeber und Unterstützer. Es werden viele unterschiedliche Formate zum Netzwerken angeboten, sodass für jeden etwas dabei ist.



**Attraktive
Arbeitgeber-
leistung!**

WENIG AUFWAND, GROSSE WIRKUNG!

ZAHNZUSATZSCHUTZ FÜR
IHRE MITARBEITER*INNEN

Zeigen Sie, dass Wertschätzung nicht nur ein Wort für Sie ist.

Wir bieten im Rahmen unserer Kooperation mit dem BVMW e. V. DAK-Mitgliedern und denen, die es werden wollen, eine private Zahnzusatzversicherung im Wahltarif – den „DAK Fit & Smile“ an. Wir unterstützen Sie mit effizienten Prozessen und einer schlanken Abwicklung.

Eine Win-Win-Situation – Ihre Mitarbeiter*innen tun etwas für ihre Gesundheit und Sie tun etwas für Ihr Image als Arbeitgeber. Details und was zu beachten ist, besprechen wir gerne persönlich mit Ihnen.

Sie haben Interesse?

Dann nehmen Sie gerne Kontakt mit uns auf:



Petra Willmann

Leiterin
Kooperationsvertrieb

Mobil: 0173 60 16 495
petra.willmann@dak.de

DAK
Gesundheit
Ein Leben lang.

Die Kompetenzen der Managerinnen

Sie sind lösungsorientierter, empathischer, kompromissbereiter und fördern die Zusammenarbeit: Frauen in Führungspositionen bringen bei ihrer Arbeit oft Eigenschaften ein, die in der Berufswelt zunehmend von hohem Wert und großem Nutzen sind.

33,7 Prozent

An der Qualifikation liegt es nicht: Frauen und Männer sind heute gleichermaßen gut ausgebildet. Trotzdem zeigt der Blick auf die Statistik regelmäßig, dass Frauen in Führungspositionen nach wie vor stark unterrepräsentiert sind. Auf der Suche nach Ursachen lassen sich viele Gründe finden. Manche davon sind auf den ersten Blick nachvollziehbar, andere spielen sich eher im Verborgenen ab, sind jedoch umso wirksamer. Sie reichen von mangelhaften Angeboten für familienfreundliche sowie flexible Arbeits- und Teilzeitmodelle über tradierte Rollenverteilungen in Partnerschaften bis hin zu stark männlich geprägten Unternehmenskulturen.

Umdenken beginnt im Kopf

Die gute Nachricht: All dies lässt sich ändern. Längst haben viele Unternehmen die besonderen Stärken von Frauen und die Vorteile diverser Teams erkannt und bemühen sich – egal, ob mit oder ohne Quote – um verbesserte Entwicklungs- und Aufstiegschancen für Mitarbeiterinnen. Dabei ist es nie die eine Lösung, die auf einen Schlag alle Probleme beseitigt. Vielmehr sind es jede Menge kleiner und größerer Stellschrauben, an denen gedreht werden kann und muss. Und wie so häufig beginnt Veränderung erst einmal im Kopf: in dem Bewusstsein und der Anerkennung der Tatsache, dass vielerorts in Unternehmen noch eine Kultur herrscht, die von Männern gemacht wurde und die sich häufig über viele Jahrzehnte manifestiert hat – eine Kultur, die Frauen auf ihrem Weg nach oben behindert.

Karriere machen, Führungsstärke zeigen – das wird nach wie vor von vielen Arbeitgebern als ein männliches Attribut verstanden. Damit

verbunden sind häufig Zuschreibungen von Eigenschaften wie Dominanz, Stärke, Macht oder Autonomie. Genauso unbewusst lassen sich Frauen davon abhalten, selbst Karriere zu machen. Sie schätzen ihre Chancen, unter diesen Umständen aufzusteigen, gering ein und trauen sich einen Chefposten nicht zu. So entsteht ein Teufelskreis, den es zu durchbrechen gilt.

„ Gleichberechtigung geht alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an – und sie funktioniert nur, wenn sie auch von allen gelebt wird.“

Change Management für mehr Diversität

Kluge und weitsichtige Führungskräfte in Chefetagen und Personalabteilungen stoßen deswegen Veränderungen an, die genau hier ansetzen. Sie reden nicht nur in der Theorie über Gleichberechtigung oder verankern diese als eines von vielen Zielen im Leitbild, sondern sie leben sie täglich in der Praxis vor und fordern sie ein. Sie schaffen ein Klima der Transparenz und setzen erkennbare Zeichen des guten Willens und Tuns, indem sie das Thema immer wieder auf die Tagesordnung setzen, Belege für den aktuellen und zukünftig gewünschten Zustand des Personalschlüssels liefern und die Vorteile gemischter Teams genauso betonen wie die Stärken der bereits

der Frauen in Deutschland gaben 2019 an bereit zu sein, eine Führungsrolle zu übernehmen. 2018 waren es noch 37,5 Prozent.

Quelle: Civey, Initiative Chefsache

in Führungspositionen arbeitenden Managerinnen. Es gilt, die Vorbildfunktion solcher Frauen in Führungspositionen intern wie extern sichtbar zu machen. Das ermutigt Frauen, sich zu bewerben – und macht das Unternehmen für Bewerberinnen interessant. Für das Controlling dieser Prozesse ist es hilfreich, feste Kennzahlen und damit klare Ziele zur Geschlechterverteilung im Unternehmen zu verankern. Diese müssen regelmäßig überprüft werden, um immer wieder nachjustieren zu können.

Ein besonderes Augenmerk können Unternehmen außerdem auf alle Prozesse rund um die Auswahl und Einstellung von Bewerberinnen und Bewerbern legen. Gehen sie dabei wirklich fair vor? Haben alle die gleichen Chancen – unabhängig von Geschlecht, Alter oder Hautfarbe? Und wie sieht es bei den Beförderungen aus? Sind es am Ende nicht doch mehr Männer als Frauen, die für die Abteilungsleitung oder den Chefposten in Betracht gezogen werden? Gleichberechtigung geht alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an – und sie funktioniert nur, wenn sie auch von allen gelebt wird: Was kann jede und jeder Einzelne im Unternehmen ganz konkret dafür tun? Hier können entsprechende Schulungen und Coachings bei der Umsetzung im Alltag unterstützen.

Und was können Frauen selbst tun? Vor allem Mut haben und bei der nächsten Bewerbungsrunde selbstbewusst ihre Ansprüche auf den Chefposten anmelden. Denn Leistung und Eignung sowie ein gutes Netzwerk entscheiden über Karriereperspektiven.



Gut zu wissen

- Der Frauenanteil in den Geschäftsführungen der 100 größten deutschen Familienunternehmen lag 2020 gerade einmal bei knapp 7 %
- 2021 lag die Frauenquote in den Chefetagen börsennotierter Unternehmen in Deutschland mit 35,7 % über dem EU-Durchschnitt (30 %), aber immer noch weit hinter Frankreich (45 %)
- Der Anteil der Chefinnen im Mittelstand stagniert seit Jahren auf niedrigem Niveau. 2020 betrug er 16,8 %

Gamze Colak
Partnerin & Managing Director
Sales EL-NET GROUP
BVMW-Mitglied

www.elnet.group



Mädchen und MINT

Das Jahr 2022 stellt den deutschen Mittelstand vor zahlreiche Herausforderungen. Neben Corona ist das der Fachkräftemangel, im Besonderen der Mangel an Fachkräften aus dem MINT-Bereich (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik). Eine frühe Förderung von Mädchen und jungen Frauen könnte den Fachkräftemangel abmildern.

Ein **Drittel**
aller Bachelor-Abschlüsse in MINT-Fächern wurden 2019
von Frauen erreicht. Zwei Drittel entfielen auf Männer.

Quelle: Nationaler Pakt für Frauen in MINT-Berufen

Ende letzten Jahres stellte das Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) seinen MINT-Herbstreport 2021 vor. Das Ergebnis ist, sogar pandemiebereinigt, ernüchternd. Allein die demographische Entwicklung sorgt dafür, dass immer weniger Nachwuchs auf freie Stellen kommt. Die pandemiebedingten Lernlücken verschlechtern die ohnehin schwache Bilanz deutscher Schülerinnen und Schüler in den Kompetenzfeldern Mathematik und Naturwissenschaft, die schon die letzte PISA-Studie von 2018 aufzeigte. Doch der innovative deutsche Mittelstand braucht junge Mathebegeisterte, Physikfanatiker und Ingenieurstützler.

Die Co-Autorin des MINT-Reports, Dr. Christina Anger, Senior Economist für Bildung und MINT am IW, hat das Drama in Zahlen gegossen: Im Oktober 2021 wurden 460.900 freie Stellen in MINT-Berufen verzeichnet, gemessen an MINT-interessierten Arbeitslosen

und nach Bereinigung des qualifikatorischen Mismatches verbleibt eine Fachkräftelücke von 276.900 Personen – eine Steigerung um 155 Prozent zum Vorjahr.

Zu wenig Frauen in den Technikberufen

Doch der Report lenkt den Blick auch auf das Geschlechterverhältnis innerhalb der MINT-Berufe: Der Anteil der Frauen in diesen Branchen ist in den letzten sieben Jahren von 13,8 auf lediglich 15,5 Prozent gestiegen. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Studienanfängern: Je nach MINT-Bereich schwankt der Frauenanteil um 20 Prozent, nur im mathematisch-naturwissenschaftlichen Studiengängen erreichen Frauen 50 Prozent.

Für Dr. Christina Anger liegt hier ein Potenzial, das man bergen sollte, denn „laut den Kompetenztests des Instituts zur Qualitätsentwick-

lung im Bildungswesen weisen Mädchen der neunten Klasse ähnliche Kompetenzen auf wie die Jungen". Dennoch können sich nur 8,3 Prozent Mädchen vorstellen, später in einem MINT-Beruf zu arbeiten, wie eine PISA-Befragung 2018 ergab. Woher kommt das weibliche Desinteresse? „Mädchen trauen sich weniger zu, obwohl die Voraussetzungen für beide Geschlechter in der Schule gleich sind. Eltern neigen dazu, ihre Söhne von vorneherein besser einzuschätzen als die Töchter – und die setzen das für sich fort, obwohl sie vielleicht technikinteressiert sind.“ Anger vermutet, dass die-

„Eine Quote hat in Unternehmen keinen Sinn. Am Ende müssen Bewerberinnen und Unternehmen eben zusammenpassen.“

se Stereotypisierung im Elternverhalten eine mögliche Ursache ist. Nun kann und will keiner den Eltern die Erziehung vorschreiben, doch auf institutioneller Ebene sieht die Ökonomin Handlungsmöglichkeiten: „Kindergärten und Schulen, Erzieherinnen, Erzieher, Lehrerinnen und Lehrer können Initiativen ergreifen, um bei den Mädchen ein Bewusstsein für MINT-Talente und ein entsprechendes Selbstbild zu wecken und zu fördern.“ Auch die Eltern können in diesem Bereich ihre Töchter unterstützen, denn „bei den Neutklässlern sind die Eltern die wichtigste Informationsquelle für den späteren Berufswunsch. In einer Verantwortungspartnerschaft von Schule und Eltern sollten Eltern in die Berufsberatung mit eingebunden werden. Positives Feedback für MINT-interessierte Mädchen kann die Berufswahl maßgeblich beeinflussen“.

Klimaschutz als Anreiz?

Eine aktuelle Entwicklung kann das Geschlechterungleichgewicht in den MINT-Berufen vielleicht ändern: Der steigende Bedarf an Ingenieuren und Informatikern im Rahmen des wirtschaftlich-industriellen Umbaus hin zu Erneuerbaren Energien und nachhaltigen Technologien kann ein Motiv für junge Frauen sein. Denn Anger weiß: „Ihnen ist Klima- und Umweltschutz wichtig, das zeigen unsere Daten. So könnten wir jungen Frauen einen Zugang zu MINT-Berufen eröffnen. Der Zusammenhang zwischen MINT und Klima sollte mehr in die Berufsberatung und -orientierung einfließen.“

Am Ende bleibt die Einsicht, dass immer die eigenen Interessen und Neigungen den Berufswunsch entscheiden. Man kann junge Frauen schwerlich in die Ausbildung zur Fluggerätemechanikerin zwingen, wenn die Leidenschaft im Modedesign liegt. Doch gerade kleine und mittlere Unternehmen, die ein veritables Interesse an MINT-Nach-

wuchs haben, können helfen, Geschlechterklischees abzubauen. Anger rät Betrieben, den Kontakt zu den lokalen Berufsberatungszentren zu suchen und Kooperationen einzugehen. Auch der bekannte „Girls´Day“ ermöglicht gerade Unternehmen im MINT-Bereich, ihre Tore für Schülerinnen zu öffnen und über untypische Frauenberufe zu informieren. Die Plattform „Schulewirtschaft“, getragen unter anderem vom IW Köln, bietet Zugang zu einem breiten Netzwerk lokaler Partnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen.

So richtig es ist, das Potenzial weiblicher MINT-Fachkräfte auszubauen, so bleibt die Ökonomin Anger realistisch. Instrumente wie die Quote haben bei der Rekrutierung von Fachkräften nichts zu suchen: „Geschlecht darf nicht das Einstellungskriterium sein. Am Ende müssen Bewerberinnen und Unternehmen eben zusammenpassen.“



Die Rosa-Hellblau-Falle

Für eine Kindheit ohne Rollenklischees
Almut Schnerring, Sascha Verlan
Verlag Kunstmann
16,95 €

i

Gut zu wissen

- Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig beschäftigten Frauen in MINT-Berufen ist von 2012 bis 2021 von 875.100 auf 1.079.600 um 23,4 Prozent gestiegen. Der Frauenanteil in allen MINT-Berufen hat sich von 13,8 auf 15,5 Prozent erhöht
- Anteil der Frauen unter Studienanfängern 2020: Informatik 22,9 Prozent, Maschinenbau/Verfahrenstechnik, 22,5 Prozent, Elektrotechnik 16,3 Prozent, Mathematik/Naturwissenschaften über 50 Prozent

Bernd Ratmeyer
Journalist

mittelstand@bvmw.de



Unternehmerpaare: Fluch oder Segen?

Gemeinsame Professionen verbinden, und nicht selten entscheiden sich Paare, in die Selbstständigkeit zu gehen, gemeinsam ein Unternehmen zu gründen, zu übernehmen und zu führen. Doch wie die Balance zwischen Beruf und Beziehung finden, ohne dass die Liebe auf der Strecke bleibt?

Als Paar ein Unternehmen zu führen, kann durchaus von Vorteil sein. Man ist besonders miteinander verbunden und teilt gemeinsame Interessen und Ziele. Wenn aus einem Liebespaar zusätzlich Geschäftspartner werden, kann das Erfolge im privaten sowie im beruflichen Leben mit sich bringen und das Paar zunehmend zusammenschweißen. Die Firma kann von einer solchen Beziehung durchaus profitieren. Man weiß genau, wo Herausforderungen stecken, wo man gemeinsam die Kräfte bündeln kann, und wie man gemeinsam Ziele erreichen kann. „Das ist etwas unglaublich Stärkendes, wenn man merkt, dass das eigene Unternehmen

terscheiden. Über das Unternehmen nach der Arbeit, am Wochenende oder im Urlaub nachzudenken und darüber zu sprechen, ist für die meisten Unternehmerpaare selbstverständlich. Doch darunter leidet häufig die gemeinsam verbrachte freie Zeit. Ein Unternehmen zu führen ist arbeitsintensiv, und so kann es schnell passieren, dass die persönliche Beziehung außen vor bleibt und auf geschäftlicher Ebene stattfindet. Andererseits können ungelöste Beziehungskonflikte einen schlechten Einfluss auf das gemeinsame Unternehmen haben, denn was zu Hause nicht geklärt wird, wird auf das Unternehmen übertragen.

„ Man weiß genau, wo Herausforderungen stecken, wo man gemeinsam die Kräfte bündeln kann und wie man gemeinsam Ziele erreichen kann.

wächst, weil man gemeinsam in die gleiche Richtung blickt und weil man seine Leidenschaft einbringt“, so Sandra Happel. Sie ist erfahrene und zertifizierte Unternehmensberaterin und berät seit vielen Jahren Unternehmerpaare.

Beziehungskonflikte schaden der Firma

So schön das alles auf den ersten Blick auch klingen mag, eine Unternehmerbeziehung hat auch ihre Schattenseiten und kann die Liebe vor besondere Herausforderungen stellen. Es ist oftmals nicht leicht, das Geschäftliche und Private voneinander zu trennen und nach Feierabend zwischen Geschäftspartner und Beziehungspartner zu un-

Klare Zuständigkeiten

Beide Partner brauchen grundsätzlich Erfolgserlebnisse und Spaß bei der Arbeit. Ebenfalls von großer Bedeutung ist eine klare Aufgabenverteilung. Wer leistet wie viel für das Unternehmen? Wer macht was? Wer darf worüber entscheiden? Wie wird das Finanzielle geregelt? Diese Fragen sollten noch vor Beginn einer Geschäftsbeziehung geklärt werden. Es ist gut, wenn die Partner ihre Stärken und Schwächen kennen. Im Idealfall ergänzen sich die Kompetenzen der Partner oder sie gehen Kompromisse ein, um Konflikte zu vermeiden. „Was ich wichtig finde“, sagt Happel, „ist es, sich wirklich über die jeweiligen Kompetenzen, Werte und Wünsche klar zu werden und diese für das System Unternehmen ganz klar zu definieren. Es ist aber auch wichtig, das Private und das Familienleben offen zu besprechen.“ So profitiert die gemeinsame Firma, und beide Partner können sich entwickeln, denn nur bei einer klaren Aufgabenverteilung kann sich jeder in seinem Bereich verwirklichen.

Berufs- und Privatleben trennen

Einer der wichtigsten Punkte ist es, Arbeit und Freizeit voneinander zu trennen. Die Verlockung, noch schnell etwas nach Feierabend zu

Rund **20** Prozent
weniger als Männer verdienten Frauen in 2019.

Quelle: Statistisches Bundesamt

besprechen ist zwar groß, trotzdem sollte man darauf grundsätzlich verzichten. „Es muss eine klare Trennung geben zwischen ‚wer sind wir im Unternehmen, und wer sind wir privat‘“, sagt Happel. Es empfiehlt sich zu vereinbaren, dass man nach einer bestimmten Uhrzeit oder beispielsweise nach dem Abendessen nicht mehr über Geschäftliches spricht. Auch räumlich sollte man Arbeit und Privates trennen. Büros sollten sich deshalb nicht im Wohnhaus, sondern außerhalb befinden. So lässt sich vermeiden, dass das Private mit dem Geschäftlichen zu sehr verschmilzt. Zudem sollten Paare auch abseits geschäftlicher Verpflichtungen gemeinsame Unternehmungen und Zeit füreinander einplanen.

Hilfe von außen

Die Lebenssituation von Unternehmerpaaren ist anspruchsvoll und komplex, so ist es normal, wenn es zu Konflikten kommt, die nicht so ohne weiteres gelöst werden können. In solchen Fällen schadet es nicht, Hilfe bei Expertinnen und Experten zu suchen, um größere Probleme in Zukunft zu vermeiden. „Ich finde, das stärkt auch die Beziehung. Man darf sich nicht scheuen zu sagen, wir kriegen das nicht alleine gelöst, wir holen uns Rat und Hilfe. Zum Wohl beider Systeme. Es ist ein Teil der Unternehmerverantwortung, schließlich kommen wir auch nicht auf die Idee, die Steuererklärung alleine zu machen“, so Happel. Mittlerweile gibt es genügend Paartherapeuten und Coaches, die sich auf die Beratung von Unternehmerpaaren spezialisiert haben. Sie wissen, wie man diese besondere Herausforderung meistern kann.



Gut zu wissen

- Klare Regelungen über Gesellschafter-Verhältnisse, Rolle im Unternehmen, Verantwortung, Kompetenzen und Arbeitszeiten verhindern Konflikte und Missverständnisse
- Ein Ehevertrag und die Klärung möglicher Ausstiegsszenarien sollten vorliegen und alle drei bis fünf Jahre auf die aktuelle Lebens- und Unternehmenssituation angepasst werden
- Spezialisierte systemische und unternehmerische Beratung ermöglicht eine harmonische und zukunftssichere Unternehmensführung als Ehepaar

Julia Rotszyn
BVMW Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Duale Studentin

julia.rotszyn@bvmw.de



Der kleine Unterschied

Seit Jahren tut sich nur wenig beim Frauenanteil im Bundestag.
Doch dafür sind nicht alle Parteien gleichermaßen verantwortlich.



Als Marie Juchacz am 19. Februar 1919 als erste Frau überhaupt eine Rede vor einem demokratisch gewählten deutschen Parlament hielt, war sie eine von 37 weiblichen Abgeordneten in der Weimarer Nationalversammlung; der Frauenanteil lag bei knapp neun Prozent. Als Lenelotte von Bothmer am 14. Oktober 1970 als erste Frau im Hosenanzug eine Bundestagsrede hielt, nachdem Bundestagsvizepräsident Richard Jaeger ein halbes Jahr zuvor noch erklärt hatte, keine Frau in Hosen im Plenum zu dulden, war sie eine von 34 weiblichen Abgeordneten. Der Frauenanteil? Gut sechs Prozent.

Gemessen daran lesen sich die 35 Prozent Frauen, auf die der neue Bundestag kommt, wie eine Sensation. Tatsächlich aber geht es schon seit geraumer Zeit kaum noch voran in Sachen Parität – auch wenn dieser Bundestag auf vier Prozentpunkte mehr Frauen kommt als der vorherige. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) hat in einer Studie, die an diesem Mittwoch veröffentlicht werden soll, die Entwicklung der vergangenen Jahrzehnte analysiert. Demnach ging es zwischen 1980 und 1998 zunächst rasant bergauf; der Frauenanteil stieg von weniger als zehn auf gut 30 Prozent. Seither aber bewegt sich kaum noch etwas; der Anteil schwankte stets um ein Drittel.

Die Unterschiede zwischen den Fraktionen sind dabei groß: Die Grünen lagen seit ihrem Einzug in den Bundestag 1983 stets deutlich über dem Durchschnitt, die Linke, wann immer sie vertreten war, ebenfalls. Die SPD hat sich seit Ende der 80er-Jahre über den Durchschnitt hinausgearbeitet, die CDU und zuletzt die AfD lagen stets darunter, die FDP bis auf eine sehr kurze Phase am Anfang dieser Zeitspanne ebenfalls. Mindestens Parität erreichten nur Grüne und Linke.

Bei der Union haben Kandidatinnen weniger Chancen als ihre männlichen Kollegen

Für die meisten Parteien gilt über die Jahre hinweg, dass der Anteil der Frauen in der Fraktion im Großen und Ganzen dem der Kandidatinnen entspricht (bei Grünen und Linken liegt er sogar etwas höher). Anders sieht es bei der Union aus: Der Anteil der Kandidatinnen ist zwar seit 1980 von gut 15 auf mehr als 37 Prozent gestiegen. Sie haben aber verglichen mit ihren männlichen Kollegen schlechtere Chancen, tatsächlich in den Bundestag zu kommen: Am Ende lag der Frauenanteil in der Fraktion laut DIW stets unter dem Frauenanteil im Kandidatenfeld.

Schon die Wahrscheinlichkeit für Frauen auf einem Listenplatz ist bei der Union seit 1980 fast immer geringer gewesen als für Män-



Nur etwa ein Drittel der Abgeordneten im Deutschen Bundestag sind Frauen.

ner. Hinzu kommt der Faktor Direktmandat: In der Unionsfraktion, wo Direktmandate eine große Rolle spielen, hatten Frauen nie mehr als ein knappes Fünftel dieser Mandate inne. Auch in der SPD waren es mit einer Ausnahme nie mehr als ein Drittel. Die Union aber hat offenbar schon ein Nominierungsproblem: Der Anteil der Frauen unter den Direktkandidaten lag mit 25 Prozent zuletzt deutlich niedriger als der Anteil aller Unionskandidatinnen.

Wolfgang Schäuble (CDU) betonte in seiner Rede als Alterspräsident vor kurzem, dass Abgeordnete die gesamte Gesellschaft zu vertreten hätten, unabhängig von ihrer eigenen Person. Die DIW-Forscher aber sehen das anders. Sie verweisen auf Studien, wonach Frauen in der Politik durchaus einen Unterschied machten: von der Ausrichtung politischer Maßnahmen über die politische Partizipation von Frauen – bis zum Rollenverständnis junger Menschen.

Der Beitrag erschien in der Printausgabe der Süddeutschen Zeitung im Oktober 2021.

Gut zu wissen

- Am 19. Februar 1919 hielt Marie Juchacz als erste Frau überhaupt eine Rede vor einem demokratisch gewählten deutschen Parlament
- Von 16 Posten im Bundeskabinett werden aktuell acht von Frauen besetzt
- Den höchsten Frauenanteil haben die Grünen
- Frauen haben grundsätzlich schlechtere Chancen, in den Bundestag zu kommen

Henrike Roßbach
Journalistin Süddeutsche Zeitung

mittelstand@bvmw.de



Netzwerk. Einsatz. Engagement.

Als Unternehmerinnen, Arbeitgeberinnen, Wissenschaftlerinnen und Expertinnen spielen Frauen zunehmend eine bedeutende Rolle in der deutschen Wirtschaft. Rund ums Thema Frauenpower stellen wir nachfolgend einige Projekte vor.



Starke Unternehmer Frauen organisieren sich

Andrea Schneider, Beauftragte des BVMW in der Region Westpfalz/Saarpfalz, hat ein KickOff Starke Unternehmerfrauen organisiert und damit ein neues Frauen-Netzwerk ins Leben gerufen. 28 Frauen hatten sich angemeldet, sodass die maximale Kapazität erreicht war, und weitere Interessentinnen auf das nächste Treffen vertröstet werden mussten. Vier solcher Treffen pro Jahr soll es künftig geben, dazwischen hält ein monatlicher Newsletter den Austausch lebendig. Vorgestellt wurde unter anderem das BVMW Projekt „Starke Frauen – Starker Mittelstand“, seine Entstehung, Entwicklung und Zielsetzung. Zwei neue Mitgliedsunternehmen – Die Alltagsbegleiter Pirmasens und Innovationsbühne – wurden von Andrea Schneider willkommen geheißen. Austausch, Synergien, gegenseitige Unterstützung soll das Netzwerk fördern, Kooperationen und Freundschaften werden sich unweigerlich daraus ergeben. Kontakt: andrea.schneider@bvmw.de.



Frauenpower und Ideen mit Vision

Die BVMW Business Ladies in der Wirtschaftsregion Dresden verstehen sich als Visionärinnen, die Ideen entwickeln und Veränderungen anstoßen. Sie sind Kämpferinnen mit Herz und Leidenschaft für Business. Die Unternehmerinnen und Führungspersönlichkeiten teilen ihr Wissen mit anderen Frauen, damit deren Unternehmen wachsen und sich weiterentwickeln können. Sie helfen Frauen, sich und ihre Unternehmen und visionären Ideen zu präsentieren und sich untereinander zu vernetzen. Sie unterstützen beim Start, während des Wachstums und lassen andere Unternehmerinnen an ihrer Geschichte teilhaben. Gerade in der aktuell schwierigen Zeit finden Unternehmerinnen hier Unterstützung und machen sich gegenseitig Mut. Britta Kick hat vor mittlerweile sechs Jahren die BVMW Business Ladies gegründet. Kontakt: britta.kick@bvmw.de.

BVMW Frauenforum in Bayern

Die Förderung von Unternehmerinnen stand beim BVMW Frauenforum in München mit dem Titel „Sichtbarkeit von Frauen“ im Mittelpunkt. Es fanden Vorträge statt, die sich mit der Benachteiligung von Frauen auf dem Arbeitsmarkt befassten. Zu den Referentinnen gehörte unter anderem Judith Gerlach, Bayerische Staatsministerin für Digitales. Sie kritisierte in ihrem Vortrag die strukturelle Diskriminierung von Frauen auf dem Arbeitsmarkt durch Algorithmen von Suchmaschinen, die hoch dotierte Stellenanzeigen deutlich häufiger an Männer ausspielen. Gerlach nannte außerdem verschiedene Programme, die das Digitalministerium bereits initiiert hat, und die es erleichtern sollen, Frauen für Digitalberufe zu begeistern. Veranstalterin Mechthild Heppe (BVMW-Repräsentantin für München und das bayerische Oberland) diskutierte außerdem mit der Schauspielerin Michaela May über die Veränderung des Rollenbilds der Frau seit den 1980er Jahren. Im Anschluss fand zwischen den rund 90 anwesenden Unternehmerinnen ein reger Austausch statt. Kontakt: mecchthild.heppe@bvmw.de.



Setzt sich für ein neues Rollenbild von Frauen ein: Schauspielerin Michaela May (li.) mit Mechthild Heppe.



Bieten Erfahrungsaustausch für Unternehmerinnen: Sigrid Hinz, BVMW Repräsentantin Hamburg/Schleswig-Holstein (li), und Claudia Bose, CBO Business Consulting.



Frauen stärken Frauen durch Netzwerken

Das virtuelle BVMW Unternehmerinnen FORUM in der Metropolregion Hamburg möchte die Arbeit von weiblichen Führungskräften sichtbar machen und dabei Erfahrungsaustausch auf Augenhöhe ermöglichen. Initiiert wurde das Netzwerk von Sigrid Hinz, BVMW Repräsentantin in Hamburg/Schleswig-Holstein. Zusammen mit ihrer Co-Partnerin und Moderatorin Claudia Bose, Business Coach und Organisationsberaterin für KMU, führt sie seit 2021 regelmäßig das BVMW Unternehmerinnen FORUM durch. Ein Format, das zu einer festen Instanz geworden ist und bei Unternehmerinnen aller Branchen auf großes Interesse stößt. Dieser Erfahrungsaustausch auf Augenhöhe und die Möglichkeit, sich über Ideen, Zweifel und Chancen in geschütztem Rahmen

austauschen zu können, macht das Format so erfolgreich, stärkt unternehmerisches Handeln und Denken der weiblichen Führungskräfte und bietet Chancen für neue Kooperationen. 2022 sind interessante Themen wie Führungskräfteentwicklung, Personalführung, Marketing und Vertrieb geplant, um nur einige zu nennen. Auch das Thema „Männer supporten Frauen“ steht im Fokus. Denn mit Frauen und Männern besetzte Führungsteams geben interessante Impulse und tragen zu neuen Perspektiven im Management bei. Die Vielfalt macht dieses Format so attraktiv und auch die Möglichkeit als „Unternehmerin des Monats“ inspirierendes Role Model zu werden. Kontakt: sigrid.hinz@bvmw.de.

Mittel zum Leben – nicht für die Tonne

Gegen die Verschwendung und für Nachhaltigkeit ist das Motto der „AllesRetter Magdeburg“. Seit 2019 engagieren sich in Magdeburg 43 Ehrenamtliche dafür, dass Lebensmittel, die nicht verkauft oder aus den Supermarktregalen ausrangiert wurden, nicht im Müll landen. Koordiniert wird diese Initiative von unserem Mitglied Sybille Matthes. Dabei wird sie tatkräftig von Supermärkten, Bäckereien, aber auch von Drogerien unterstützt. Lebensmittel, die nicht mehr ganz dem frischen Ideal entsprechen, sollen nicht in der sprichwörtlichen Tonne landen. Die eingesammelten gespendeten Waren werden von den Ehrenamtlichen auf eigene Kosten zu sechs Verteilpunkten gebracht und dort kostenlos abgegeben. Sybille Matthes macht deutlich, dass einfach viel zu viel weggeschmissen wird. Sie könne sich auch ein Projekt mit Kindern vorstellen, das einen Bezug zu Lebensmitteln hat. Zum Beispiel um zu zeigen, wie man Ketchup selbst herstellen kann. Ein solches ehrenamtliches Projekt zu unterstützen ist Ehrensache der BVMW Mitglieder. Aus dem Erlös einer Spendensammlung konnten die AllesRetter mit Arbeitsjacken und T-Shirts ausgestattet werden. Kontakt: allesretter-magdeburg@outlook.com.



Setzt sich dafür ein, dass weniger Lebensmittel im Müll landen: Sybille Matthes.

Suzana Muzic: Erfolg beginnt im Kopf

Kommunikationsexpertinnen und -experten wissen: Erfolg beginnt im Kopf – und jeder hat seine eigenen Vorstellungen. In meiner täglichen Arbeit als Kommunikationscoach fallen mir immer wieder die fundamentalen Unterschiede zwischen den Geschlechtern auf, wenn es um Kommunikation geht. Immer wieder höre ich „Ich hätte da noch einen Vorschlag“; „Ich würde mich freuen, wenn...“; „Ich möchte nur noch eine Frage stellen.“ Typisch Frau. Und dazu wenig wirkungsvoll. Ohne generalisieren zu wollen, ist es doch offensichtlich, dass Frauen wesentlich anders kommunizieren als ihre männlichen Kollegen. Sie setzen auf Erklärungen, sie rechtfertigen, relativieren. Grundsätzlich kann man sagen, dass sie viele Worte nutzen und tendenziell konjunktivisch kommunizieren. Ihre Sprache ist der „High Talk“. Sie rücken dabei vor allem Inhalte in den Vordergrund. Vielfach nimmt man(n) sie in der Folge nicht ernst, und es kommt der Eindruck auf, sie kommunizierten nicht auf Augenhöhe.

Mindset, Körperhaltung, Sprache erzeugen Wirkung. Beim Führung coaching muss ich Jungs „runterholen“ und Frauen „hochheben“. Denn: Erfolg beginnt im Kopf, das Mindset entscheidet. Körpereinsatz im Raum punktet – körperlich, verbal und zeitlich. Worte haben Power: Sagen „was geht“ und nicht „warum nicht“. Das Gute: Alle drei Variablen hat jeder selbst in der Hand.

Das kann frau lernen

- Präsenz vor Kompetenz: Nutzen Sie Besprechungen dazu, um mit Ihren Beiträgen auf sich aufmerksam zu machen.
- Rangordnung vor Inhalt: Zielen Sie mit Ihrer Kommunikation stets auf die Verantwortlichen.
- Glanz vor Glorie: Tue Gutes und rede darüber.

Kommunikation ist ein multikomplexer Prozess. Setzen Sie den mit Charme, Souveränität und Durchsetzungskraft zu Ihren Gunsten ein. Oder wie Nora Ephron treffend bemerkte: „Sei die Heldin deines Lebens, nicht das Opfer“.

Kontakt: info@suzana-muzic.de.

Klassefrauen für die Wirtschaft

Starke Frauen in den Fokus rücken. Das ist Teil des Programms „Aufstieg in Unternehmen – Mentoring für Frauen in der Wirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern“. Ziel der Kampagne ist es, die Wahrnehmung von Frauen in Führungsfunktionen in der Öffentlichkeit zu erhöhen.



Auftaktveranstaltung "Mentoringprogramm Aufstieg in Unternehmen in Mecklenburg-Vorpommern".

Eine stolze Bilanz: Fast fünfhundert Mentees haben seit 2013 das Cross-Mentoring-Programm „Aufstieg in Unternehmen – Mentoring für Frauen in der Wirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern“ durchlaufen und wurden hier bei ihrem beruflichen Aufstieg fachlich begleitet und unterstützt. Einerseits durch ein vielfältiges Angebot von Veranstaltungen, Seminaren und Workshops, andererseits durch die individuelle Begleitung durch Mentorinnen und Mentoren aus der Wirtschaft. Durch die Kampagne „KlasseFrauen in MV“ sollen die künftigen weiblichen Führungskräfte in ihren Bestrebungen, Führungsaufgaben wahrzunehmen, nun weiter ermuntert werden.

Eigene digitale Plattform

Dazu wurde eine eigene Plattform zur Vernetzung der Mentees, Mentorinnen und Mentoren sowie Alumnae und Alumni in Mecklenburg-Vorpommern geschaffen. Hier stellen sich zudem auch Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Gesellschaft mit ihren individuellen Lebens- und Erfolgsgeschichten vor. Gerade dieses Aufzeigen von beruflichen und persönlichen Erfolgsbiografien sowie die Vernetzung und ein reger Austausch der Beteiligten untereinander fördern das Bewusstsein, sich in Führungsaufgaben einzubringen und mit der Rolle einer Führungskraft auseinanderzusetzen.

Frauen wollen heute Beruf und Familie vereinen

Durch Best-practice-Beispiele, wie beispielsweise ein gelungenes Krisenmanagement, eine visionsorientierte Unternehmensführung oder die Bewältigung des Unternehmerinnenalltages als vierfache Mutter wird für ein offenes und gleichberechtigtes Unternehmensumfeld geworben. Zudem geht es darum, im Zuge der weiteren wirt-

schaftlichen Entwicklung des Landes aufzuzeigen, welche vielfältigen Möglichkeiten sich dabei gerade für Frauen ergeben. „Frauen wollen und sollen heute Beruf und Familie vereinbaren. Vorbilder haben dabei eine starke Wirkung und können Orientierung geben. Sie liefern Inspiration und Motivation für ganz konkrete Herausforderungen“, so die Landeskoordinatorin Peggy Hildebrand.



Gut zu wissen

- Das Programm „Zukunft durch Aufstieg“ startete 2013 unter der Schirmherrschaft der damaligen Ministerin für Arbeit, Gleichstellung und Soziales des Landes Mecklenburg-Vorpommern, Manuela Schwesig
- Kontakt: Peggy Hildebrand (Landeskoordinatorin der Servicestelle)

www.aufstieg-in-unternehmen.de

Jörg Ehbrecht
BVMW Beauftragter Westmecklenburg

joerg.ehbrecht@bvmw.de



Digitalisierte Arbeitswelt fördert Chancengleichheit

Obwohl der Anteil von Frauen an der Spitze mittelständischer Unternehmen wieder ansteigt, ist er trotzdem weit vom Höchststand 2013 entfernt. Er könnte in den kommenden Jahren allerdings noch deutlicher ansteigen – wenn Frauen als Unternehmerinnen und Führungskräfte die Vorteile und Chancen, die ihnen die rasante Entwicklung der Digitalisierung der Wirtschaft bietet, wahrnehmen.

31,4 Prozent

Drei Gründe, warum die digitale Transformation gerade Unternehmerinnen und weibliche Führungskräfte voranbringt:

Digitalisierung erfordert ein anderes Führungsverständnis

Die sich im Zuge der digitalen Transformation immer schneller drehende VUKA-Welt (volatil, unsicher, komplex, ambivalent) erfordert auch eine andere Art von Führung – das gilt für Unternehmenslenkerinnen und Chefinnen, die Teams und Mitarbeitende führen, gleichermaßen.

„ Die Möglichkeiten, die sich mit digitalen Arbeitsweisen bieten, sorgen für ein hohes Maß an Freiheit und Flexibilität.

Das alte, militärisch-männlich geprägte Prinzip von Command-and-Control hat längst ausgedient, geistert aber immer noch als Untote in Chefetagen herum. Die Arbeitswelt der Zukunft aber erfordert eine transformationale Führung – mehr Eigenverantwortung und Selbstständigkeit der Mitarbeitenden, Kommunikation mit Menschen auf Augenhöhe statt strikten Vorgaben an Untergebene. Hier sind Frauen im Vorteil: Im Verhältnis zu Mitmenschen geht es ihnen in erster Linie um verbindende Elemente statt um die Betonung von Rang und

Macht. Frauen fällt hier oft echter Dialog leichter. Empathisches Zuhören und die Bereitschaft, auch abweichende Sichtweisen und Positionen zu akzeptieren und gelten zu lassen, werden eher weiblichen Führungspersonen zugeschrieben, schaffen gegenseitiges Vertrauen und sorgen für Stabilität.

Die Digitalisierungsprojekte im Unternehmen können so zuversichtlich und motiviert gestaltet werden, was sich wiederum auf Erfolg und Weiterentwicklung der Unternehmerin oder Führungskraft positiv auswirkt.

Change ist weiblich

„Nichts ist so beständig wie der Wandel“, heißt es. Und obwohl wir alle als physische Wesen stets auch dem biologischen Wandel unterworfen sind, haben viele Frauen in ihrem Leben einschneidende körperliche Erfahrungen, die eine große Anpassungsleistung erfordern. Diese Fähigkeit lässt sich auch im Berufsleben nutzen. Gründerinnen, die gerne alle Aspekte eines erfüllten Lebens für sich in Anspruch nehmen möchten, akzeptieren auch eher die unterschiedlichen Phasen in ihrem Berufsleben – ohne Abstriche machen zu müssen bei Familie oder Beruf.

Das Bewusstsein von Wellenbewegungen, Ups und Downs lässt manche Krise entspannter erleben. Wenn das Kita-Kind plötzlich krank wird, kann das Meeting trotzdem stattfinden, dann eben online. Die Möglichkeiten, die sich mit digitalen Arbeitsweisen bieten, sorgen für ein hohes Maß an Freiheit und Flexibilität, nicht nur räumlich und zeitlich, sondern auch strukturell.

Frauen in Führungspositionen verzeichnete Brandenburg 2021 und ist damit Spitzenreiter in Deutschland. Bremen und Baden-Württemberg liegen mit 22,3 Prozent und 22,7 Prozent auf den letzten Plätzen.

Quelle: CRIF Bürgel Marktforschung

Die digitalisierte Arbeitswelt sorgt automatisch mehr für Chancengleichheit der Geschlechter und der Herkunft. Alles ist möglich, weil in erster Linie die erbrachte Leistung und die Qualität zählen.

Sichtbar werden

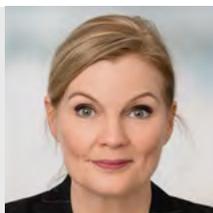
„Nur wer sichtbar ist, findet auch statt“, so lautet ein Buchtitel der erfolgreichen Moderatorin und Speakerin Tijen Onaran. Dabei bedeutet Sichtbarkeit vor allem: digital netzwerken. Gerade weil Unternehmerinnen und Firmengründerinnen in Deutschland in der Unterzahl sind, bieten soziale Medien und Sendepattformen unkomplizierte Formate, um sich überregional zu vernetzen und auch Unternehmensmarketing zu betreiben. Hier transportierte Erfolgsgeschichten von Frauen an der Spitze von großen und kleinen Unternehmen und Startups können ein Vorbild für noch zögernde Unternehmerinnen in sein und zum Sprung in die Selbstständigkeit motivieren. Und von einem steigenden Frauenanteil in der Führung des deutschen Mittelstandes profitieren dann nicht nur Frauen, sondern alle.



Corina Rüther

High Level Executive Coach
BVMW-Mitglied
Mitglied Arbeitskreis Führung im
Beratungsnetzwerk Mittelstand

www.corinaruether.com



Gut zu wissen

Nach Daten der staatlichen Förderbank KfW führten im Jahr 2020 etwa 638.000 Managerinnen ein mittelständisches Unternehmen oder waren selbstständig. Das waren 25.000 mehr als 2019. Der Frauenanteil lag damit bei 16,8 Prozent (Vorjahr: 16,1 Prozent). Im Jahr 2013 waren es noch 19,4 Prozent.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2003 – 2020

Das **Beratungsnetzwerk Mittelstand** gibt Unternehmen eine Orientierung bei der Beratungssuche und arbeitet ständig an der weiteren Verbesserung der Beratungsqualität für den Mittelstand. Hochqualifizierte und in der Beratung mittelständischer Unternehmen erfahrene Beraterinnen und Berater, die Mitglied im Beratungsnetzwerk werden möchten, erhalten weitere Informationen unter <https://www.beratungsnetzwerkmittelstand.de/> oder über Nick Willer: nick.willer@bvmw.de

Den Digital Gendergap schließen

Im Rahmen der digitalen Transformation verändert sich nicht nur die Lebens-, sondern auch die Arbeitswelt. Frauen und Männer sind davon unterschiedlich betroffen. Um alle Mitarbeitenden im digitalen Wandel mitzunehmen und weiterhin erfolgreich zu wirtschaften, müssen sich Unternehmen damit auseinandersetzen und den Digital Gendergap schließen.

82,2 Prozent

der Beschäftigten in Gesundheitsberufen waren 2017 Frauen.

Quelle: Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut

Von der Initiative D21 wird jährlich der Digitalindex erhoben. Dabei handelt es sich um eine Bewertung des Digitalisierungsgrades der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren. Abgefragt werden die vier Kategorien Zugang zur Digitalisierung, Nutzungsverhalten, digitale Kompetenzen und die Offenheit gegenüber der Digitalisierung. Die gesamte Bevölkerung erreicht einen Wert von 55, wobei die Sonderauswertung „Digital Gendergap – Lagebild zu Gender(un)gleichheiten in der digitalen Welt“ der Erhebung zeigt, dass hier eine signifikante Differenz zwischen den Geschlechtern herrscht. So erreichen Männer einen Digitalisierungsgrad von 61, wohingegen jener von Frauen bei 51 liegt. Die Zehn-Punkte-Differenz verdeutlicht die Lücke in der Digitalisierung, den Digital Gender Gap.

Neben Lohnungleichheit, dem Gender Pay Gap oder dem Gender Pension Gap, gibt es zwischen den Geschlechtern auch erhebliche Unterschiede in Sachen digitaler Gleichberechtigung, den Digital Gendergap. Dabei handelt es sich um die Lücke im Zugang zu und der Nutzung von digitalen Technologien zwischen Frauen und Männern. Hinzu kommt, dass Frauen digitale Technologien und Anwendungen weniger oft mitgestalten oder entwickeln, sondern eher Konsumentinnen dieser sind.

Situation in deutschen Unternehmen

Frauen nutzen im Beruf genauso häufig wie Männer Informations- und Kommunikationstechnologie, haben aber gleichzeitig eine geringere digitale Kompetenz. Bereits bei Basisanwendungen schätzen sie ihre Kompetenzen niedriger ein als Männer. Insbesondere unter älteren Personen, und mit zunehmender Komplexität von An-

wendungen wird auch die Lücke größer. In der Arbeitswelt zeigt sich der Digital Gendergap aber zum einen in der Ausstattung der Mitarbeitenden mit digitalen Endgeräten, zum anderen im Bereich Fort- und Weiterbildung.

„ Benachteiligt werden Frauen ebenso beim Thema digitale Weiterbildung. Gerade durch die geringeren digitalen Kompetenzen würden sie diese aber eher benötigen.“

Von den Vollzeitbeschäftigten erhalten 56 Prozent der Männer Laptops, 32 Prozent ein Smartphone und 16 Prozent ein Tablet. Von den Frauen hingegen jeweils nur 36, 24 und 8 Prozent die gleiche Ausstattung. Besonders in Zeiten von Corona, in der mobiles Arbeiten und Homeoffice zum Arbeitsalltag gehören, spielt diese ungleiche Ausstattung eine Rolle. So kommt hinzu, dass nur 11 Prozent der Frauen einen Fernzugang für die Telearbeit erhalten, während 21 Prozent der Männer darüber verfügen. Und Kollaborationstools, um gemeinsam arbeiten zu können, werden mit 17 zu 11 Prozent ebenfalls mehr Männern bereitgestellt.

Benachteiligt werden Frauen ebenso beim Thema digitale Weiterbildung. Gerade durch die geringeren digitalen Kompetenzen wür-

den sie diese aber eher benötigen. Durch ihre häufiger unterbrochenen Erwerbsbiographien aufgrund von Elternzeit oder Teilzeitarbeit werden sie in den meisten Unternehmen nicht mitbeachtet. In der Folge finanzieren sie ihre Wissensaneignung im Bereich digitale Themen öfter selbst, während 39 Prozent der Männer die Angebote vom Unternehmen finanziert bekommen. Im Vergleich dazu: Nur 29 Prozent der Frauen wird ein Bildungsangebot von den Arbeitgebenden finanziert.

Chancen durch Weiterbildung

Digitalisierung ist aber auch ein Prozess, der verfestigte Ungleichheiten aufbrechen und Chancen ermöglichen kann. 46 Prozent der Erwerbstätigen in Deutschland sind Frauen. Mit den richtigen Angeboten, Weiterbildungen und einer gerechten Verteilung von digitalen Endgeräten kann beispielsweise dem Fachkräftemangel entgegengewirkt oder flexibles Arbeiten in der Arbeitswelt der Zukunft ermöglicht werden.

Unternehmen müssen daher gendergerechte Qualitätsstandards entwickeln. Dazu gehören Aus- und Weiterbildungsangebote, die speziell und individuell an Frauen ausgerichtet werden und alle Wissensstufen bedienen. Darüber hinaus sollte ein System zur fairen

Verteilung von digitalen Endgeräten unabhängig vom Status etabliert werden. So können die Chancen der digitalen Transformation erfolgreich genutzt werden.



i

Gut zu wissen

- Männer erzielen in Deutschland einen um 10 Prozentpunkte höheren Digitalindex als Frauen
- 56 % der männlichen Vollzeitbeschäftigten erhalten Laptops, bei den Frauen sind es nur 36 %
- Das Weltwirtschaftsforum berechnet zu den Lücken in der Gleichstellung jährlich den Global Gendergap Index in rund 150 Ländern

Esta Winkler

Projektreferentin Mittelstand-Digital
Zentrum Berlin
Abt. Förderprojekte, BVMW

esta.winkler@bvmw.de



Anzeige



Immobilie in Dubai

- 10-20 % Wertsteigerung pro Jahr und der Käufer wird Bürger der VAE (Resident)
- Steuerfreie Einkünfte aus Vermietung, Verkauf oder Vererbung
- Selbstbezug während des Urlaubs und Rest des Jahres hohe Einnahmen aus Vermietung
- Zahlungspläne über 5 - 7 Jahre, Bezug nach Zahlung der ersten 20 %
- Kapitalanlage oder mit Gewinn auf dem Zweitmarkt verkaufen
- Nachfrage höher als Angebot – sorgt für hohe Preissteigerungen
- Mietrendite 7-10 % pro Jahr

Unverbindliche Anfrage per E-Mail an:

Dubai@Camkan-Properties.de



Camkan Properties GmbH • Design-Offices-MCA

Mies-van-der-Rohe-Str. 8 • 80807 München • in Kooperation mit www.Azcorealestate.ae

Das Frauenbild in der Werbung – was ist sexistisch?

Die #MeToo-Debatte macht auch vor der Werbung nicht halt. Warum Frauenfeindlichkeit und Sexismus nicht (nur) die Darstellung nackter Haut bedeuten, erfahren Sie in diesem Beitrag.

68 Prozent

der Frauen in Deutschland gaben 2019 an, in ihrem Leben am Arbeitsplatz Sexismus erfahren zu haben.

Quelle: Foundation for European Progressive Studies

Früher war alles besser? Zumindest was das Frauenbild in den 50er-Jahren betrifft, gilt dies nicht unbedingt. So heißt es in einem Werbespot von Dr. Oetker aus dieser Zeit: „Eine Frau hat zwei Lebensfragen: Was soll ich anziehen? Was soll ich kochen?“. Schließlich wollte der Gatte nach einem anstrengenden Arbeitstag unterhalten und versorgt werden. Von Gleichberechtigung war damals kaum die Rede, obwohl diese bereits seit 1949 im Grundgesetz verankert wurde und seit 1958 sogar ein eigenes Gesetz hat.

Doch dann kam die Frauenbewegung in den 60er- oder 70er-Jahren und versuchte, mit der alten Rollenverteilung aufzuräumen. Und 2008 beschloss das Europäische Parlament, dass jedes sexistische Klischee und die damit verbundene Darstellung von Geschlechterstereotypen untersagt ist – zumindest in der Fernsehwerbung.

Das biedere „Heimchen am Herd“ hat also ausgedient. Fortschrittlicher ist das Frauenbild in der Werbung damit aber nicht unbedingt. Sexistische Darstellungen sind weiterhin alltäglich. Sexismus bedeutet dabei jedoch nicht – wie oft falsch interpretiert – zwingend die Abbildung von Erotik und nackter Haut. Es geht vielmehr um jede Form von geschlechterspezifischer Diskriminierung. Somit können natürlich auch Männer oder nicht binäre Menschen Opfer von Sexismus sein.

Ist also jeder halb nackte Frauenkörper in der Werbung zwingend sexistisch? Nein, es kommt immer auf den Kontext der Darstellung an. Selbst eine reine Textanzeige kann somit frauenfeindlich sein.



Die Initiative Pinkstinks zeigt in ihrer Kampagne die Wirkung von Rollenbildern in der Werbung.

CHECKLISTE: Kennzeichen frauenfeindlicher Werbung

1. Frauen werden im Bild oder Text auf bestimmte Rollen (Hausfrau, Verführerin) oder Eigenschaften (dumm, passiv) reduziert.
2. Bilder und Texte beleidigen Frauen als Gruppe und stellen sie in abwertender Weise dar.
3. Es werden gesundheitsschädigende Schönheits- oder Schlankheitsnormen propagiert, die Frauen beeinflussen. Zum Beispiel wird ein Produkt zum Abnehmen beworben, und die Abnehmende hat bereits eine sehr schlanke Figur.
4. Frauen werden als Objekte, als sexueller Körper ohne Persönlichkeit definiert. Die sexuelle Verfügbarkeit der Frauen wird signalisiert und damit die Käuflichkeit wie das Produkt.
5. Das sexualisierte Darstellen der Frau oder Reduzierung auf bestimmte Körperteile hat keinen Zusammenhang mit dem Produkt und dient nur als Blickfang.
6. Das Verhältnis von Frauen zu Männern ist in Bild oder Text geprägt von Abhängigkeit und Unterwürfigkeit.

Quelle: TERRE DES FEMMES <https://www.frauenrechte.de/unsere-arbeit/themen/frauenfeindliche-werbung/checkliste>

Beschwerdemöglichkeiten

Sie ärgern sich über ein frauenfeindliches Werbemotiv? Dann werden Sie aktiv! Hier einige Ideen für Ihre Beschwerde:

- Sprechen Sie das werbetreibende Unternehmen direkt an, zum Beispiel per Telefon, Mail oder über dessen soziale Kanäle.

- Sie sehen ein sexistisches Werbeplakat im öffentlichen Raum? Dann wenden Sie sich an Ihre Gemeinde oder Stadtverwaltung. Immer mehr Städte haben Sexismus-Verbote in ihren Werberegeln.
- Nutzen Sie das Beschwerdeformular des Deutschen Werberates gegen frauenfeindliche Werbung. Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft überprüft die Anträge und kann die Einstellung der Werbung erreichen. www.werberat.de
- Laden Sie das Werbemotiv auf der Webseite www.werbemelder.in hoch. Das Monitoring-Portal ist eine Initiative von „Pinkstinks“, einer Protest- und Bildungsorganisation, die gegen abwertende Frauenbilder in der Werbung kämpft.
- Nominieren Sie die Werbung für den Preis „Zorniger Kaktus“. Dieser Negativ-Preis von TERRE DES FEMMES wird jedes Jahr an die sexistischste Werbung vergeben. www.frauenrechte.de



Claudia Mattheis
Geschäftsführerin
mattheis. Werbeagentur GmbH
BVMW-Mitglied

www.mattheis-berlin.de



Frauen in der Finanzbranche

Ja, es gibt sie, die Frauen an der Spitze in der Finanzbranche. Von einer echten Chancengleichheit sind wir jedoch noch weit entfernt. Wo stehen wir heute? Eine Bestandsaufnahme und die Aussichten.

Nur **13,4** Prozent

Als „oberste Instanz der obersten Instanz“ kann sicherlich Christine Lagarde bezeichnet werden: Seit über zwei Jahren ist sie Präsidentin der Europäischen Zentralbank und die erste Frau, die dieses Amt ausübt. Bereits seit 2016 ist sie gemäß Forbes-Liste eine der zehn mächtigsten Frauen der Welt, auch 2021 konnte sie wieder Platz drei einnehmen. Isabell Schnabel, Bankerin und seit 2020 Mitglied des EZB-Direktoriums, galt zumindest lange Zeit als Favoritin für die Nachfolge von Bundesbank-Chef Weidmann. In den USA bekleidet Janet Yellen seit Januar 2021 das Amt der Finanzministerin, in Spanien María Jesús Montero bereits seit 2018. Eigentlich kann es doch um die Qualifikation der Frauen in der Finanzbranche gar nicht so schlecht stehen.

Papier ist geduldig

Dennoch muss man sie in der deutschen Wirtschaft nach wie vor als Männerdomäne bezeichnen: Laut Destatis lag der Frauenanteil in Vorständen von großen Versicherungen in Deutschland im Jahr 2020 bei 11,8 Prozent, bei großen deutschen Banken bei 10,5 Prozent. Sicherlich auch deshalb hat sich die neue Regierung im Koalitionsvertrag ein wichtiges Ziel gesetzt: „Unsere Maxime ist eine freie Gesellschaft, in der die Gleichstellung von Frauen und Männern verwirklicht ist.“ Allerdings war die Gleichstellung auch im Koalitionsvertrag 2018 bereits Inhalt: „Wir wollen noch vorhandene strukturelle Hemmnisse abbauen und werden dazu eine ressortübergreifende Gleichstellungsstrategie entwickeln und mit einem Aktionsplan umsetzen.“ Gleichstellung also im Schneckentempo?

Renditekiller Top-Managerin?

Häufig liegt das Ziel eines höheren Frauenanteils in den Führungsetagen dann auch nicht im Interesse der Aktionäre. Und schlimmer

noch: Nicht selten gelten Frauen gar als „Renditekiller“, weil die Aktienkurse sinken, sobald eine Frau in den Verwaltungsrat berufen wird, bevor sie überhaupt tätig wurde. Eine schwierige Situation, denn Aktienpreise gelten nun mal als Frühindikatoren, und Analysten, Algorithmen, Händler und Investoren beeinflussen sie naturgemäß mit ihren Erfolgserwartungen. Und sie trauen einer Frau offenbar häufig immer noch keinen oder weniger Erfolg zu. Sachlich nachvollziehbar ist das nicht, und drastisch ausgedrückt scheint die Finanzwirtschaft zu Fehleinschätzungen zu neigen, wenn eine Frau auf die Teppichetage kommt, denn Studien zeigen, dass zwar die Aktienkurse sinken, die operative Performance aber stabil bleibt. Insgesamt belegen Studien, dass die Performance eines Unternehmens im Branchenvergleich überdurchschnittlich ist, wenn mehr als eine Frau in die Firmenführung integriert ist.

Situation im Mittelstand

Schaut man auf den deutschen Mittelstand, so sieht das Ergebnis besser, aber auch bei weitem nicht gut aus: Laut Analyse von KfW Research zu Chefinnen im Mittelstand standen im Jahr 2020 lediglich in 16,8 Prozent der KMU Frauen an der Spitze. Der Anteil ist damit vom Höchststand im Jahr 2013 mit 19,4 Prozent weit entfernt.

Auch hier gibt es also offenbar noch viel zu tun. Und das nicht nur um der Quote willen. Die Finanzbranche sollte sich die Sichtweise von Frauen, insbesondere auch auf die weibliche Zielgruppe fast jeden Unternehmens, durchaus zu eigen machen und nicht per se 50 Prozent der Bevölkerung, der Human Resources, nicht einschließen. Ein Appell geht jedoch auch an die Frauen selbst: „Die seit Jahren bestehende Zurückhaltung von Frauen bei Gründungen bremst den Zuwachs an Unternehmenslenkerinnen perspekti-

der Vorstände und Aufsichtsräte in allen DAX-Gruppen waren Anfang 2022 Frauen.

Quelle: Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

visch", sagt Dr. Fritz Köhler-Geib, Chefvolkswirtin der KfW, im Rahmen der KfW-Studie.

Die Frauen sollten sich also trauen. Kommen wir zu Christine Lagarde zurück und rufen uns eine ihrer Aussagen zur Finanzkrise von 2008 in Erinnerung: „Wenn es die Lehman Sisters anstatt der Lehman Brothers gewesen wären, sähe die Welt heute wohl anders aus.“



Gut zu wissen

Nach Jahren der Konzernzugehörigkeit in der Finanzbranche, in der es keine weitere Entwicklungsmöglichkeit nach oben gab, ging die Autorin Kristina Bormann vor zehn Jahren mit ihrer spezialisierten Unternehmensberatung an den Markt.

Kristina Bormann
Geschäftsführende Inhaberin Unternehmensberatung SOLVENZNAVIGATION
BVMW-Mitglied

www.solvenznavigation.com



Jetzt Neu!
Online-
Advertorial



Jetzt Mediadaten für 2022 anfordern
unter mittelstand@bvmw.de

Betriebliche Weiterbildung nutzt allen

Die Teilnahme von Männern an der betrieblichen Weiterbildung nimmt deutlich stärker zu als die von Frauen. Hier gilt es gegenzusteuern und Frauen und Männer gleichermaßen durch eine Arbeitsfreistellung und Kostenübernahme zu fördern.

Betriebliche Weiterbildung gewinnt nicht zuletzt in Zeiten des Fachkräftemangels und der sich rasch ändernden Arbeitswelten an Bedeutung. Weiterbildungsmaßnahmen bieten Unternehmen die Chance, Mitarbeitende auf veränderte berufliche Anforderungsprofile vorzubereiten und ihr Fachkräftepotential zu sichern. Die Teilnahmequoten sind aber ungleich verteilt, vor allem bei Geringqualifizierten und Frauen.

Weiterbildungsbeteiligung im Blick behalten

Die Auswertung des Adult Education Surveys von 2018 belegt, dass 54 Prozent der vollzeitbeschäftigten Männer an betrieblichen Weiterbildungsmaßnahmen teilgenommen haben, während dies nur 47 Prozent der vollzeitbeschäftigten Frauen taten. Interessant dabei ist zudem, dass Männer seit 2012 ihre Weiterbildungsbeteiligung erhöht haben, während diese bei Frauen auf etwa gleichem Niveau blieb. Und Männer nehmen nicht nur häufiger an Weiterbildungen teil, die Maßnahmen sind durchschnittlich auch zeitintensiver. Dies schlägt sich unter anderem in den Erträgen der Weiterbildung nieder: Männer profitieren häufiger von Weiterbildungsmaßnahmen in Form von Lohnsteigerung und Beschäftigungssicherung als Frauen.

Ursachen erkennen

Im Sinne der Chancengleichheit und des Nutzens des Erwerbspotenzials von Frauen sollten Unternehmen daher zum Ziel haben, dass alle Kolleginnen und Kollegen in ähnlichen Positionen gleiche Weiterbildungschancen erhalten.

Hier gilt es, auch bei Unternehmen mit eventuell vorhandenen Vorurteilen aufzuräumen, dass Frauen weniger Interesse an Fachkarri-

eren oder Führungspositionen haben. Vielmehr müssen Weiterbildungsmaßnahmen so gestaltet sein, dass diese mit der jeweiligen Lebens- und Arbeitssituation der Beschäftigten vereinbar sind. Dies ist nicht nur für Frauen relevant, sondern auch für Männer, die einen zunehmend größeren Anteil der Familien- und Pflegeaufgaben übernehmen.

Weiterbildung mit Arbeitszeitmodellen verknüpfen

Genügend Zeit ist einer der wichtigsten Faktoren für die Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen. Unternehmen können zeitliche Freiräume zum Beispiel durch bezahlte Freistellung bei betrieblichem Weiterbildungsbedarf oder unbezahlte Freistellung für persönliche Weiterbildungswünsche der Mitarbeitenden wie beispielsweise ein Studium schaffen. Auch indirekte Zeitmodelle wie Arbeitszeitkonten und Vertrauensarbeitszeit erhöhen die Weiterbildungsbeteiligung der Mitarbeitenden, weil Beschäftigte ihre Arbeitszeiten individuell anpassen können und den Freiraum für Qualifizierung nutzen können. Ein zentrales Instrument zur Erhöhung der Weiterbildungsbeteiligung ist vor allem auch das Gespräch mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Hier können der individuelle Weiterbildungsbedarf und Wünsche erkannt und die Beschäftigten ermutigt werden, einen Teil ihrer wöchentlichen Arbeitszeit für die Weiterqualifizierung zu nutzen. Betriebliche Weiterbildung ist für Unternehmen eine zentrale Maßnahme für die Bindung und das Rekrutieren von Fach- und Führungskräften. Vor allem mit Fokus auf Frauen liegen hier noch viele ungenutzte Potenziale.



Gut zu wissen

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales verfolgt mit dem Bundesprogramm „Aufbau von Weiterbildungsverbänden“ das Ziel, die Weiterbildungsbeteiligung in kleinen und mittleren Unternehmen zu erhöhen. Mehr als 39 Verbände deutschlandweit unterstützen KMU bei der Planung und Ausgestaltung betrieblicher Weiterbildung. Weitere Infos unter: https://bvmw.info/bmas_weiterbildungsverbände



Der Weiterbildungsverbund Thüringen unterstützt Unternehmen aller Größen und Branchen in Thüringen mit kostenfreien Beratungsgesprächen. Hier geht es zur Anmeldung: www.wbvt-mittelstand.de

Julia Martius
BVMW Projektleiterin Förderprojekte

julia.martius@bvmw.de





Michael Woltering



Sarah Walenta



Hier könnten
Sie sitzen



Hans-Peter Staudt



Alexandra Rath

Wir suchen Sie, weil Sie ...

- ... gern mit Unternehmerinnen und Unternehmern arbeiten und andere begeistern.
- ... ein echter Netzwerkprofi sind.
- ... Unternehmergeist besitzen.
- ... politikbegeistert sind und sich für die aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen interessieren.
- ... sich für die Belange des Mittelstands stark machen wollen.
- ... Ihre Selbstständigkeit lieben & Ihr Tätigkeitsfeld weiter ausbauen wollen.



Werden Sie Teil der BVMW-Familie!

[https://mittelstandsjob.de/
mittelstandsnetzwerker/](https://mittelstandsjob.de/mittelstandsnetzwerker/)

Sie haben noch Fragen? Dann rufen Sie uns gern an:
+49 (30) 533 206-302

**Gemeinsam für einen
starken Mittelstand.**



„Ich bin eine von bundesweit über 300 Repräsentanten, die insgesamt 800.000 jährliche Unternehmerkontakte generieren.“



Daniela Bessen

Frauen bauen Brücken

Auch wenn der Einfluss von Frauen in Wirtschaft und Politik wächst, sind sie weiterhin im Bereich von Startups und Unternehmensgründungen unterrepräsentiert, ganz besonders in Entwicklungs- und Schwellenländern.

Gerade in Entwicklungs- und Schwellenländern können mit sozial-ökologischen Innovationen lokale gesellschaftliche Herausforderungen angegangen werden – das Potenzial von weiblich geführten Unternehmungen ist groß. Das Mentoring-Programm Female Shift möchte daher Innovationen in diesen Regionen durch die gezielte Stärkung weiblicher Professionals und Unternehmerinnen unterstützen.

Der Einfluss von Frauen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik wächst, in puncto Führungspositionen, Verdienstmöglichkeiten und Karrierelevel ist der Gender Gap aber noch immer stark spürbar. Das betrifft auch den Startup-Bereich: Weibliche Gründerinnen sind weiter unterrepräsentiert und finden schwerer Zugang zu Finanzierungen über Venture Capital oder Scaling-up. Auch in Deutschland waren 2020 nur 18 Prozent der Gründenden weiblich. Insbesondere oftmals von Frauen übernommene Care-Arbeit spielt eine zentrale, hemmende Rolle und lässt Frauen als Gründerinnen häufig zurück.

Unternehmerinnen in Afrika und Deutschland fördern

Unter dem Titel Female Shift startete das Business Scouts for Development Programm daher eine Unterstützungsmaßnahme für afrikanische und deutsche Unternehmerinnen und weibliche Professionals. Im Rahmen eines virtuellen Events wurden Herausforderungen im Bereich Gründung und Unternehmertum von Teilnehmenden aus Afrika und Deutschland diskutiert.

Neben Webinaren zu Themen wie Finanzierung, Rhetorik oder Führung soll 2022 ein halbjähriges Mentoringprogramm auf Augenhöhe die Sichtbarkeit von Gründerinnen und Unternehmerinnen aus Afrika und Deutschland erhöhen, Synergien und Gemeinschaft schaffen und innovative Ansätze unterstützen. Dabei werden Paare aus Deutschland und Afrika zusammengebracht, denn die Förderung von Gründerinnen und Frauen in Führungspositionen ist von großer Bedeutung auf beiden Kontinenten. Das Mentoringprogramm kann so Frauen die Möglichkeit und das Vertrauen geben, Neues auszuprobieren und zeitgleich auch Männer für die Herausforderungen sensibilisieren, denen sich Frauen als (angehende) Unternehmerinnen gegenübersehen. In einer Pilotphase durch das Mutual Mentoring möchte man zur Vernetzung von Unternehmerinnen in Berlin-Brandenburg sowie den afrikanischen Ländern Namibia, Ruanda und Südafrika beitragen, um gegenseitiges Lernen zu fördern und Herausforderungen gemeinsam anzugehen. Die Ausdehnung auf weitere Bundesländer und afrikanische Staaten ist zeitnah geplant.



i

Gut zu wissen

- Die Business Scouts for Development sind als entwicklungspolitische Expertinnen und Experten in rund 40 Ländern der Welt tätig. Im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (BMZ) beraten sie die Unternehmen in entwicklungspolitischen Fragen
- Interessentinnen und Interessenten für das Mentoring-Programm Female Shift können sich über femaleshift@giz.de in Verbindung setzen

Judith Helfmann-Hundack

Scout for Development Phineo gGmbH

www.phineo.org



Tamara Mariela Moll

Business Scout for Development IHK Potsdam

www.ihk-potsdam.de



Christina Pfandl

Business Scout for Development,
Business & Cooperation Desk Namibia

www.bmz.de/bsfd





Tontine – der Mikrokredit für afrikanische Frauen

In vielen afrikanischen Ländern spielt die Tontine, ein System für lokal organisierte und finanzierte Mikrokredite, eine wichtige Rolle bei den Geschäftstätigkeiten und der finanziellen Absicherung von Frauen. Dieses rotierende kollektive Sparsystem ermöglicht einen erleichterten Zugang zu Krediten. Der Name Tontine geht auf Lorenzo Tonti zurück, der im 17. Jahrhundert in Paris eine Art Rentenfonds gründete.



In Afrika konzentrierten sich die Bemühungen beim Aufbau des Finanzwesens seit Generationen auf die Ansiedlung von Banken und die Verbreitung ihrer Dienstleistungen unter der lokalen Bevölkerung. Trotz des Wachstums der Finanzdienstleistungen haben afrikanische Frauen aufgrund von niedrigem Einkommen, geringer Alphabetisierung und unzureichenden finanziellen Sicherheiten oft Schwierigkeiten beim Zugang zu Finanzmitteln. Daher sind für sie Tontinen eine Alternative, um an Geld zu kommen und Aktivitäten zu starten.

Kreditsystem und soziale Absicherung

Tontinen sind in Afrika als „die Banken der Frauen“ bekannt, die je nach Land unterschiedliche Bezeichnungen haben: Asussu in Sierra Leone, Esussu in Liberia, Diari in der Elfenbeinküste, Gaméya in Ägypten, Ousussu in Gambia, Natt im Senegal, um nur einige zu nennen. Tontinen sind nicht nur ein traditionelles Spar- und Kreditsystem, sondern auch eine soziale Absicherung, ein Ort des kulturellen Austauschs sowie ein Einflussnetzwerk. Das Prinzip der Tontinen ist einfach: Eine Gruppe von Freunden oder Verwandten beschließt, sich regelmäßig zu treffen, um Ersparnisse zusammenzulegen. Jeder bringt regelmäßig einen festen Betrag ein. Beispielsweise zahlen zwanzig Personen jeweils 100 Euro ein. Bei jedem Treffen werden so viele Beträge eingezahlt, wie Mitglieder in der Tontine sind. Nur eine Person erhält die gesamte Einlage, also 2000 Euro. Und so geht es weiter, bis jedes Mitglied den gesamten Tontinen-Topf erhalten hat.

Tontinenmanagement in Unternehmen

Im Gegensatz zu Banken haben Tontinen in Afrika den Vorteil, dass sie an der Basis entstanden sind, auf Initiative von Gemeinschaften oder Gruppierungen, die auf Gemeinsamkeiten zwischen den Personen beruhen. Sie bilden sich nach ihrer eigenen Logik, durch die persönlichen Beziehungen sind Zusammenhalt und Wirksamkeit gewährleistet. Die erwirtschafteten Ersparnisse eröffnen neue wirtschaftliche Möglichkeiten und fördern für Frauen den Zugang zu produktiven Ressourcen. So wird das Kapital der Teilnehmerinnen und Teilnehmer genutzt, um Investitionen zu tätigen, die oft nur schwer zu realisieren sind, weil keine ausreichenden und verfügbaren Geldsummen zur Verfügung stehen.

Tontinen könnten sich zusammenschließen und gemeinsam mit ausländischen Unternehmen Dienstleistungen erbringen. Dies kann zum Beispiel die Einrichtung von Refinanzierungsverfahren sein, die es den Tontinen ermöglichen, mehr Kredite zu vergeben als sie Einlagen erhielten. Letztlich sind die Flexibilität der Tontinen und ihre per-

fekte Anpassung an das afrikanische Umfeld ein erheblicher Vorteil bei der effektiven Mobilisierung inländischer Ersparnisse.

Interessant für deutsche Unternehmen

Deutsche Unternehmen, die sich in Afrika niederlassen wollen, können sich von afrikanischen Solidaritätspraktiken inspirieren lassen, indem sie beispielsweise interne Tontinen in genossenschaftlicher Verwaltung einrichten. Dies kann dazu beitragen, bei den Mitarbeitern die Zugehörigkeit zu einer Organisation zu stärken und eine Unternehmenskultur aufzubauen, die eine Quelle für Engagement am Arbeitsplatz ist.

Die wirtschaftliche Stärkung von Frauen ist ein unverzichtbares Instrument zur Armutsbekämpfung und zur Förderung der Entwicklung afrikanischer Länder. Die Erleichterung des Zugangs zu Sparguthaben, Krediten und anderen Finanzdienstleistungen kann das Einkommensniveau erhöhen und afrikanischen Frauen Investitionen ermöglichen.



i

Gut zu wissen

- Um potenzielle Märkte auf dem afrikanischen Kontinent zu identifizieren, bietet die Mittelstandsallianz Afrika (MAA) des BVMW individuelle, maßgeschneiderte Dienstleistungen an; weitere Infos unter www.maa-bvmw.de
- Bei Beratung zur Auswahl von passenden Förder-, Finanzierungs- und Kooperationsangeboten der deutschen Entwicklungszusammenarbeit in Afrika kontaktieren Sie gern Lena Pahlenberg (Business Scout for Development im BVMW im Auftrag des BMZ): business-scout@bvmw.de

Mor Diop

BVMW Referent Afrika und frankophone Länder

mor.diop@bvmw.de



Kaufen Frauen wirklich anders?

Gibt es so etwas wie Gender-Marketing oder Gender-Sales? Ist das Kaufverhalten von Kundinnen und Kunden tatsächlich vom Geschlecht abhängig?

38,5 Prozent
der Gründerinnen gründeten 2020 ein Unternehmen
mit dem Motiv, die Welt zu verbessern.

Quelle: Global Entrepreneurship Monitor 2021

Natürlich gibt es Produkte, die mehr von Männern und solche, die mehr von Frauen gekauft werden. Ob die gesellschaftliche Genderfrage Einfluss auf das Kaufverhalten von Konsumenten hat, beantwortet die Verhaltensökonomie mit Nein. Beim Kaufprozess scheint es andere Variablen zu geben, die für den Verkaufserfolg sorgen.

Kunden treffen oft Entscheidungen auf Basis von Urteilsverzerrungen – „dieser Kaffee ist besser als der andere, weil George Clooney das gesagt hat“ – und Stressoren, ausgelöst von Wahrnehmungen wie „Nur noch zwei Stück verfügbar“.

Beides hat erstmal nichts mit dem Geschlecht zu tun, sondern funktioniert bei allen Konsumenten gleich. Es sind zwei andere Variablen, die bei der Kaufentscheidung den Unterschied machen: das produktabhängige Verhalten und das dominante Kaufmotiv. Dabei spielen zwei Perspektiven eine wichtige Rolle. Die eine, etwas übergeordnete, ist die Einordnung der Kunden in Segmente nach der GRIPS-Typologie (produktspezifisches Verhalten), die andere die Prozessperspektive.

Die **Segmentperspektive** sagt aus, dass Kunden sich produktabhängig verhalten: So verhalten wir uns beim Kauf von Chips anders als beim Kauf eines Autos. Dabei sind die Entscheidungswege völlig verschieden.

Die **Prozessperspektive** betrachtet den Kaufentscheid aus der Perspektive des Kunden und seinem Charakter, welches spezifische Interesse er an einem Produkt hat und wie er Produkt und Unternehmen emotional bewertet.

Kundensegmente

Weltweit wurde beobachtet, dass das übergeordnete Kaufverhalten produktabhängig ist. Dieses wurde in verschiedene Cluster einge-

teilt, Kundensegmente genannt, die nach dem jeweiligen Such- und Kaufverhalten unterschieden werden. Dazu gehören zum Beispiel Schnäppchenjäger, Gewohnheitskäufer oder Kunden, die sich etwas gönnen möchten.

Dominante Kaufmotive

Das individuelle Kaufverhalten hängt neben dem übergeordneten Segmentverhalten vom jeweiligen dominanten Kaufmotiv ab. Jeder Kunde hat ein oder maximal zwei Kaufmotive. Diese werden unterteilt in die sieben Kategorien Prestige, Sicherheit, Wirtschaftlichkeit, Bequemlichkeit, Technik/Neues, Gesundheit/Umwelt und Soziales. Die Kaufmotive haben nach bisherigen Untersuchungen nichts mit dem Geschlecht zu tun, sondern sind individuell.

Fazit

Gender-Marketing und -Sales mag sich politisch korrekt anfühlen, hat aber nach aktueller Datenlage keinerlei Relevanz und unterliegt eher einer Urteilsverzerrung.

Unternehmen sind gut aufgestellt, wenn sie sich mit produktabhängigem Verhalten in Kombination mit den Kaufmotiven vertraut machen und ihre Prozesse darauf ausrichten.



Katharina Stapel
Geschäftsführerin der Stapelfux GmbH
BMW-Mitglied

www.stapelfux.de



Der Bundeswirtschaftssenat im Dialog

Der Bundeswirtschaftssenat ist das Spitzengremium des BVMW. Ihm gehören mehr als **350 herausragende Unternehmerpersönlichkeiten** an, darunter drei Nobelpreisträger und zahlreiche Marktführer. Die Vorzeigeunternehmen stehen für einen Jahresumsatz von rund **120 Milliarden Euro** und **1,2 Millionen Beschäftigte**.

Der ‚Bundeswirtschaftssenat im Dialog‘ in dieser Ausgabe mit:

BEATE OBLAU

Geschäftsführerin der C. Josef Lamy GmbH, spricht über die Firmenphilosophie, die Traditionen des Familienunternehmens und über das, was gutes Design ausmacht.





BEATE OBLAU
Geschäftsführerin C. Josef Lamy GmbH

„Werte sollten nicht nur Teil von Slogans sein“

Wohl jeder kennt hierzulande die Marke LAMY. Das Familienunternehmen aus Heidelberg gehört zu den führenden deutschen Schreibgeräteherstellern und vertreibt seine Produkte auf der ganzen Welt. Wie es gelingt, mit Qualität und innovativem Design erfolgreich zu sein, erzählt Geschäftsführerin Beate Oblau im Interview.

Prof. Dr. Jo Groebel: Frau Oblau, in der Kombination aus traditioneller Wertarbeit und fortschrittlichem, minimalistischem Design kann man Ihre Produkte zu den Premiummarken modernen Zuschnitts zählen. Lamy gehört international zu den Topnamen für Schreibgeräte.

Beate Oblau: Das haben wir vor allem dem langjährigen Firmenchef und Inhaber Dr. Manfred Lamy zu verdanken. Er beobachtete den Markt und sah die einzige Möglichkeit, sich von Wettbewerbern abzusetzen, darin, eine ganz eigenständige Linie zu verfolgen. Dies führte zu unserer Designphilosophie. In den 20 Jahren unserer gemeinsamen Arbeit durfte ich seine Begeisterung für Design und vor allem für das seinerzeit bahnbrechende Bauhaus (Kunst-, Design- und Architekturschule Dessau, Anm. d. Red.) und dessen gestalterisches Erbe ständig miterleben.

Das Motto „Die Form folgt der Funktion“ gilt nicht nur für den Bereich der Architektur, sondern auch für Gebrauchsgegenstände.

Richtig, auch bei Gebrauchsgegenständen sollte die Form der Funktion dienen. Neben der Bauhaus-Philosophie kamen hier nach dem Zweiten Weltkrieg im Unternehmen weitere Inspirationen durch die Ulmer Designschule hinzu, die durch die legendären Produkte der Firma Braun bekannt geworden ist. Mitte der 60er Jahre schuf Manfred Lamy schließlich das bis heute gültige Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens. Es brachte den Erfolg, der uns jedenfalls beim Design so eindeutig sein lässt wie zum Beispiel das iPhone von Apple.

Nicht verwunderlich, dass Lamy unzählige Designpreise erhielt, so den German Brand Award und viele andere mehr.

Heute widmen sich viele Branchen gutem Design, bei uns aber war und ist es schon seit vielen Jahrzehnten Teil der Unternehmens-DNA. Dadurch zählen wir etliche Designklassiker zu unserem Portfolio.

Und sind damit zugleich im Markt erfolgreich.

Das kann man so sagen. 70 Prozent der Schulfüllhalter entfallen auf unsere Marke. Das hat allerdings auch viel damit zu tun, dass wir seit langem Schreibgeräte für Kinderhände entwickelt haben. Viele andere machen keinen Unterschied zwischen Schreibgeräten für Kinder und Erwachsene. Man kann spätestens seit dem LAMY safari (Füller für Jugendliche, Anm. d. Red.) von einer eigenständigen Ergonomie für die Jüngeren sprechen. Wir erforschten bis hin zur Fingerhaltung den richtigen Griff, auch das ist eine besondere Stärke der Firma. Immer mit Überzeugung, Geduld und langfristiger Perspektive.

Bis heute gibt es daher bei Ihnen den Austausch und die Kooperation mit Lehrern und Pädagogik- und Motorikforschern. Es funktioniert eher ohne Quartalsdenken und wohl am besten in einem mittelständischen Unternehmen.

Ja, da mögen Sie recht haben. Ein weiteres Beispiel für die Nutzerfreundlichkeit ist die Tatsache, dass wir zudem speziell für Linkshänder Schreibfedern montieren. Die Zusammenarbeit mit Lehrern und den Motorikspezialisten führte zur Entwicklung und Produktion von Füllfederhaltern für die Zielgruppe unterhalb des Alters für den LAMY safari, nämlich dem LAMY abc, er wurde mit Elementen aus der kindlichen Welt gestaltet und an kleinere Hände angepasst. Wir sehen uns dabei über das bloße Schreiben hinaus als Unterstützer bei der Herausbildung von Feinmotorik. Dies findet in anderen Bereichen nicht mehr so selbstverständlich statt wie früher, auch durch eine veränderte, stärker elektronisch geprägte Spielelandschaft. Hier hilft der Füllfederhalter, entsprechende Fähigkeiten weiterzuentwickeln bis hin zu besserer Konzentration.

All das kann ich aus entwicklungspsychologischer Sicht nur bestätigen. Aber ist das Schreiben mit Füllern denn überhaupt immer noch Teil des Grundschulkanons?

Als Empfehlung auf jeden Fall. Und hier sind die manchmal kritisierten langsam mahelnden Mühlen der Kultusbürokratie aus den genannten Gründen sehr hilfreich. Nur noch Displaymedien einzusetzen, hieße, die Feinmotorik zu vernachlässigen.

Ihre Stärken, das Moderne und das Traditionelle souverän miteinander verbinden zu können, scheint mir typisch für den Mittelstand zu sein. Hohe Entscheidungsautonomie hilft dabei, Fortschrittliches zu wagen, gleichzeitig nicht jedem Markttrend folgen zu müssen.

Moderne Klassik heißt für uns, immer zukunftsweisend zu sein. Typisch mittelständisch sind dabei die Unternehmerin, der Unternehmer, die all dies unbeirrt verfolgen können. Überzeugungen und Ausdauer sowie das Aushalten von schwierigen Phasen gehören dazu. Und eine gesamte Firmenkultur, die wie bei uns in jedem Detail die Produktausrichtung spiegelt und weiter anregt. Zeitgenössisch und modern, wie unsere architektonische und künstlerische Gestaltung des Unternehmens und die Philosophie eines Manfred Lamy. Er dachte jeden Tag Lamy neu, und wir setzen das fort.

Gibt es auf dieser Basis allgemeingültige Empfehlungen für andere Mittelständler?

Vor allem, dass jedes Unternehmen einiges an Energie auf die Identifi-



Der Firmensitz der C. Josef Lamy GmbH in Heidelberg.

fizierung und Formulierung zentraler Werte verwenden sollte. Haltung ist wichtig, die Werte sollten gelebt werden. Nicht nur Teil von Slogans und Broschüren sein. Eine unserer zentralen Fragen war zum Beispiel, wo wir herkommen. Eine Antwort: familiäre Bodenständigkeit. Das ist sehr wichtig in Bezug auf unseren Standort. Tradition und Verankerung sind uns wichtig, das ist Dr. Lamys Erbe. Dazu gehört auch die Betonung der Qualität. Nicht nur der Produkte, das betrifft auch Arbeitsplatz, Arbeitsprozesse, Design und die gesamte Kultur bis hin zu Tassen und anderen Kleinigkeiten. Eine Klammer für all das ist die Verantwortung. Von der Firmenspitze gegenüber allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Wir können stolz darauf sein, dass etliche Firmenangehörige schon 25, ja 40 Jahre, offenbar gerne bei uns arbeiten. Verbundenheit also mit uns und unserer Region. Selbst die meisten Zulieferer stammen aus einem Umkreis von höchstens 100 Kilometern. Ich sehe das als Stärke der mittelständischen Wirtschaft, wie sie mit ihren Werten auch der BVMW repräsentiert.

Dazu passt Ihre Solidität nach dem Motto „Der leise Luxus“. Nuance und Hochwertigkeit im Detail sind prägend.

Und wirken damit jedenfalls auf mich im positivsten Sinne emotional durch Freude an der Wertigkeit, der Ausstrahlung und der Modernität. Dies ist für mich nach mittlerweile 30 Jahren Unternehmenszugehörigkeit jeden Tag immer wieder eine Quelle von Begeisterung, und ich bin stolz darauf, daran mitzuarbeiten, zu gestalten und Dinge zu bewegen. Und das ist bei uns selbstverständlich Voraussetzung für das Team an der Spitze. Bestenfalls gelten ähnliche Prinzipien auch für die meisten anderen mittelständischen Unternehmer. Nur einen Job absolvieren zu wollen, das reicht nicht aus.

Wie gut lassen sich damit aber auch Mitarbeitende rekrutieren, die nicht nur an Gehalt oder einer maximalen Work-Life-Balance interessiert sind?

Da bin ich recht positiv eingestellt. Sicherlich gibt es sehr viele Menschen, die vor allem den eigenen Vorteil suchen. Aber meine eigenen Gespräche zeigen mir, dass sehr viele, auch Jüngere, nur zu gerne unseren Werten folgen, die neugierig und einsatzfreudig sind.

Ihr eigener Enthusiasmus wirkt da sicherlich auch sehr ansteckend. Mal abgesehen vom Design. Wie innovativ sind Sie in technologischer Hinsicht?

Unsere Produkte bleiben dem Schreiben auf Papier oder auch digitalen Oberflächen vorbehalten. Ihr Innenleben aber bewegt sich auf dem jeweils neuesten technischen Stand. Nicht zuletzt stehen auch

unsere Zulieferer und Partner für das Aktuellste an Technologie bis hin zu einer Kooperation mit Samsung. Hier definieren wir unsere Schreib- und ähnliche Produkte bis hin zu Eingabestiften als Thinking Tools. Als Werkzeuge, die das Denken begleiten und erweitern. So, wie ich es vorhin schon bei der Schulkindermotorik beschrieben habe. Das heißt, wir erweitern unser Spektrum auch in Richtung einer Zukunftsperspektive für das Unternehmen.

Es wird auch deutlich in Ihrer gesamten Kommunikation. Webdesign, Firmenphilosophie, Bezug zur Literatur, zur Kunst, kurz zu allem, mit dem das Unternehmen nach innen und außen sichtbar ist. Vielleicht noch ein kurzer Rückblick auf die Geschichte des Unternehmens ...

Der Unternehmensgründer Carl Josef Lamy war ehemals deutscher Exportleiter eines bekannten amerikanischen Schreibgeräteherstellers. 1930 gründete er die Firma Lamy. Highlights aus der Unternehmenshistorie waren dann unter anderem der legendäre Füller Lamy

VITA

Beate Oblau, Jahrgang 1959, ist Geschäftsführerin und Leiterin für Marketing/Kommunikation sowie Produktentwicklung bei der C. Josef Lamy GmbH. Gemeinsam mit Thomas Trapp und Peter Utsch leitet sie seit Juni 2018 die Geschäfte des Unternehmens. Während ihrer Zeit als Produktmanagerin war sie in enger Zusammenarbeit mit Designern und internen Produktentwicklern für die Entwicklung und erfolgreiche Einführung von Produkten verantwortlich. Darüber hinaus initiierte und leitete sie das Lamy Schreiblernkonzept, ein einzigartiges Produktsystem, das Kindern das Schreiben systematisch beibringt. Bis zu seinem Ausscheiden aus der Geschäftsführung im Jahr 2006 arbeitete sie eng mit Dr. Manfred Lamy zusammen. Im selben Jahr übernahm Beate Oblau die Leitung des Marketings und verantwortet seitdem den gesamten Bereich der Kommunikation, einschließlich Werbung und PR, Markenentwicklung, Verkaufsförderung sowie die interne Kommunikation bei Lamy. Sie hat den Ausbau und die Entwicklung von Lamy zu einer globalen und international bekannten Designmarke begleitet. Wichtige Meilensteine waren die Weiterentwicklung des Produktdesigns und in jüngster Zeit die Etablierung der zunehmenden Online-Aktivitäten: in sozialen Netzwerken und im E-Commerce sowie die Positionierung von Lamy nicht nur als Design-, sondern auch als Lifestyle-Marke.

27 im Jahr 1952, der erste deutsche Kugelschreiber mit einer Großraummine und einer Spitze aus rostfreiem Stahl im Repertoire 1964. Und dann unsere eigentliche Geburtsstunde 1966 durch Dr. Manfred Lamy, die Schaffung der gleichnamigen Designmarke mit dem Lamy 2000. Er sah völlig anders aus als konventionelle Schreibgeräte, schlanke Linien, eben modern in Gestalt und Nutzung.

Die Eigenständigkeit zeigte sich auch in den Fertigungsprozessen bis hin zur 1989 eingeführten eigenen Tinte.

Wir haben eine Fertigungstiefe von 95 Prozent, wir produzieren alles buchstäblich aus eigener Hand. Es werden nur kleine Teile hinzugekauft.

Dafür ist auch eine hohe Kontinuität im Unternehmen notwendig. Insofern war der Tod Ihres großen Inspirators und Firmenchefs Dr. Manfred Lamy Anfang 2021 ein großer Einschnitt.

Seine Tochter und sein Sohn sind aktiv im Beirat und arbeiten eng mit der Geschäftsführung zusammen. So wurden gemeinsam unser neues Leitbild und die Vision 2030 entwickelt, ganz im Sinne des Verstorbeneren.

Also beste Familientradition. Sie selbst sind ja seit vielen Jahren dabei, haben das Wachstum des Unternehmens begleitet, das auch international sehr präsent ist.

54 Prozent unseres Umsatzes werden im Ausland generiert, vor etwa zehn Jahren begannen wir mit der Ausweitung zur Weltmarke. So sind wir inzwischen sogar in China Marktführer für hochwertige Schreibgeräte. Zusammen mit unserem Distributor führen wir dort 150 eigene Stores. Mit unserem ganzheitlichen Designansatz sind wir also auch global sehr erfolgreich.

Und Sie haben im immer noch trendsetzenden New York einen eigenen Conceptstore.

Es war viel Arbeit, aber es hat sich gelohnt. Aber auch die Zusammenarbeit mit den asiatischen Schreibkulturen wie China und schon seit längerem Japan hat sehr viel Freude gemacht.

Japan war mit dem Minimalismus eine Inspirationsquelle für das Bauhaus. Da schließt sich der Kreis. Eine Frage zur Position einer Frau im Führungsteam. Es ist immer noch nicht selbstverständlich.

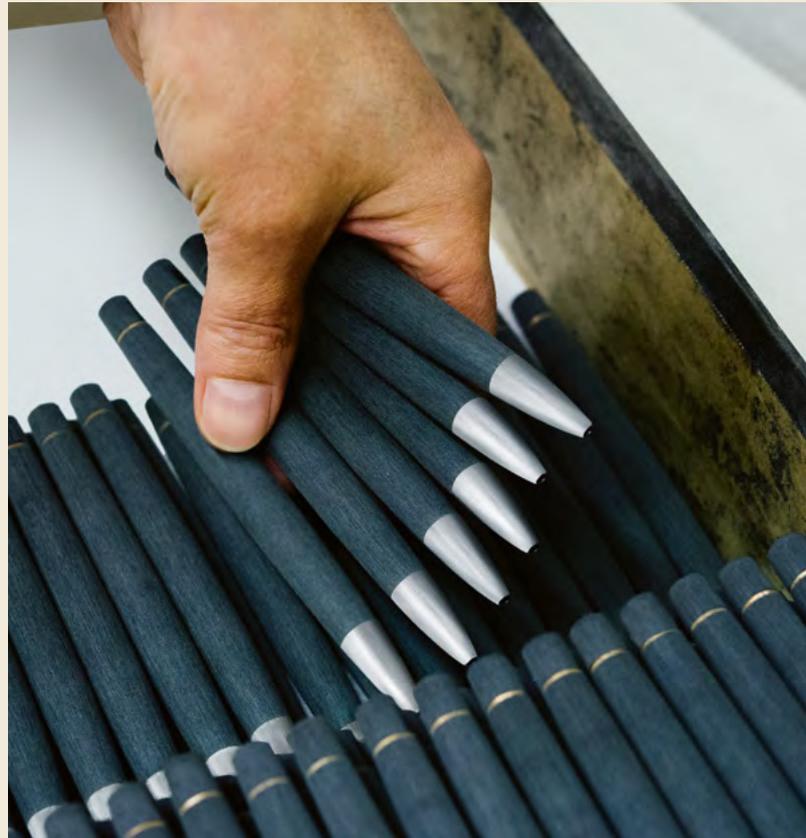
Ich sehe die Leistung als Kriterium. Geschlechtszugehörigkeit spielt keine Rolle. Daher bin ich gegen Quoten. Wenn Frauen besser sind, prima. Das trifft bei uns zum Beispiel in der Marketingabteilung eher zu, da sind die meisten weiblichen Geschlechts. Insgesamt aber betonen wir die Gemeinsamkeit bei Entwicklung und Zusammenarbeit. In anderen Abteilungen finden Sie dann wieder mehr Männer. Hauptsache, wir sind alle mit Begeisterung bei den Unternehmenszielen dabei.

Bevor Sie zu Lamy kamen, arbeiteten Sie bei Feldmühle und Shiseido, beides ja passend als Vorstufe für Ihre heutige Tätigkeit, Papier und japanische Ästhetik. Und genannt werden muss die Marke Ducati ...

Ducati, mein Lieblingsmotorrad, mit dem ich neben meinen Wanderungen nur zu gerne unterwegs bin.



Ich danke Ihnen für das tolle Gespräch.



Die Marke Lamy steht weltweit für Design-Schreibgeräte mit zeitlos moderner Ästhetik und perfekter Funktionalität.



Das Gespräch führte der Medienexperte Prof. Dr. Jo Groebel

LAMY

C. Josef Lamy GmbH

Rechtsform: C. Josef Lamy GmbH

Gründung: 1930

Sitz: Heidelberg-Wieblingen

Geschäftsführer: Beate Oblau, Thomas Trapp, Peter Utsch

Mitarbeiter: 380

Umsatz: 108,2 Millionen Euro (2019)

Branche: Schreibgeräte

Webseite: www.lamy.com

Service

Beteiligungs-Fonds für den Mittelstand

Mit dem Ökovation Ventures Fonds gibt es nun den weltweit ersten Fonds vom Mittelstand für den Mittelstand. Der Ökovation Ventures Fonds investiert in Seed-Runden skalierbarer Startups mit Sitz in Deutschland, der Schweiz und Österreich. Die Anfangsinvestitionen betragen dabei bis zu 750.000 Euro pro Startup. Danach beteiligt sich der Fonds an Folgerunden bis zu einer Gesamtinvestition von fünf Millionen Euro pro Startup. Feste Laufzeiten bestehen nicht. Hinter dem Fonds steht ein ganzes Ökosystem, das Gründerinnen und Gründer unterstützt. Die ersten vier Startups wurden in den letzten neun Monaten ausgewählt. Investieren können Unternehmen, Geschäftsführer, CEO sowie Stiftungen und Family Offices. Der Sitz des BVMW-Mitglieds ist im bayerischen Steinsfeld.



www.oekovation-ventures.de

Klimaschutz zum Tanken

Die Oest Holding GmbH (BVMW-Mitglied) aus dem baden-württembergischen Freudenstadt hat einen regenerativen Spezialkraftstoff für Dieselmotoren entwickelt, der neue Maßstäbe setzt. Der Kraftstoff besteht vorrangig aus biogenen Reststoffen, die anderweitig nicht verwertet und bislang meist entsorgt wurden. Als Gründungsgesellschafter der AVIA Deutschland und Betreiber eines großen Tankstellennetzes im süddeutschen Raum hat die Oest Holding frühzeitig ihren Blick auch auf zukunftsweisende synthetische Kraftstoffe gerichtet. An Tankstellen wird der Spezialkraftstoff wegen noch fehlender Freigaben für Kraftstoffe derzeit nicht zum Verkauf angeboten. Ausnahmen gibt es für geschlossene Nutzergruppen wie Kommunen, Verbände oder Unternehmen.



www.oest.de



Der Innovationscampus liegt in Baden-Württemberg an der A 81 bei Sulz/Vöhringen auf der Achse Stuttgart-Zürich.

Nachhaltigkeit trifft Zukunft: Green Innovation Park

„Ein außergewöhnliches Bauprojekt mit nationaler Strahlkraft“, das versprechen sich die Initiatoren des Green Innovation Park. Der neue Innovationscampus soll zur zentralen Adresse für nationale und internationale Unternehmen, Startups und Scaleups werden. Die Grundsteinlegung ist für dieses Jahr geplant. Ab 2024 sollen die ersten Unternehmen einziehen, sie können sich auf einen Standort mit ganzheitlichem Nachhaltigkeitsanspruch in den Bereichen Energie, Bau, Ökologie und Digitalisierung freuen. Zentraler Partner und Antreiber ist die SÜLZLE Gruppe (BVMW-Mitglied), ein internationales Unternehmen, das in vierter Generationen familiengeführt ist.



www.greeninnovationpark.de

THE CLIMATE CHOICE

#VONKLIMAZIELENZURUMSETZUNG
Best Practice Guide



Climate Best Practice Guide 2021

Beim Online CLIMATE TRANSFORMATION Summit 2021 haben 50 Expertinnen und Experten sowie 600 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der gesamten DACH-Region über den Weg einer erfolgreichen Klimatransformation diskutiert. Das wichtigste Ergebnis: Daten und Transparenz entlang der Lieferkette stellen den größten Hebel dar. Der Climate Best Practice Guide 2021 fasst die zentralen Erkenntnisse zusammen und nennt Best Practices sowie konkrete Klimalösungen zur Dekarbonisierung der Lieferkette. Der Guide kann unter folgendem QR-Code kostenlos heruntergeladen werden:



https://bvmw.info/climate_best_practice_guide



Mediendesignerin Melanie Dauth.

LinkedIn: Aufs Profil kommt es an

LinkedIn ist the Place to be, und wer dort noch nicht aktiv ist, sollte jetzt durchstarten. Nirgends sonst gibt es so viel organische Reichweite. Erfolgsfaktor Nummer Eins: Ein vollständig ausgefülltes Profil, denn der Algorithmus bevorzugt diese Profile, und LinkedIn ist eine Suchmaschine. Deshalb sind die richtigen Keywords und Hashtags (#Mittelstand) extrem wichtig und entscheiden über die eigene Sichtbarkeit. Die sollten dann in den eigenen Informationstext (ohne Raute) eingearbeitet werden. Auch ein Call to Action wirkt Wunder. Bei weiteren Fragen wenden Sie sich an unser Mitglied



Melanie Dauth: <https://dauthdesign.de/>



Sport-Netzwerk für Unternehmen

Das Firmenfitness-Netzwerk qualitrain bietet Firmen und ihren Mitarbeitenden mit nur einer Mitgliedschaft Zugang zu über 5.000 Sporteinrichtungen in ganz Deutschland. Dazu zählen neben Fitnessstudios auch Schwimmbäder, Yogastudios und zahlreiche weitere Einrichtungen. Zusätzlich steht den Mitgliedern ein digitales Sportangebot aus über 1.000 Onlinekursen, Live-Kursen und Meditationen zur Verfügung. Firmenfitness mit qualitrain kombiniert einen attraktiven Benefit mit einer Steigerung der Produktivität des Unternehmens. Mit der Investition in die Gesundheit der Mitarbeitenden erzielen Unternehmen einen positiven Return on Investment durch weniger Fehltag und erhöhte Produktivität.



www.qualitrain.net

Gründen ist nicht mehr nur Männersache

Die Ergebnisse des Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Länderberichts 2020/21 zeigen, dass das Verhältnis von weiblichen und männlichen Gründerinnen und Gründern im Jahr 2020 so ausgeglichen ist wie schon seit der Wirtschafts- und Finanzkrise 2008/09 nicht mehr. Das liegt daran, dass die Gründungsquote der Männer relativ stark von 9,5 Prozent (2019) auf 5,1 Prozent (2020) gesunken ist. Währenddessen hat sich die Gründungsquote der Frauen im gleichen Zeitraum kaum verändert (5,7 Prozent in 2019; 4,4 Prozent in 2020). Zur Zeiten der Corona-Pandemie sieht es ähnlich aus. Gründende Frauen scheinen also anders auf Krisensituationen zu reagieren. Deutschland hat damit im internationalen Vergleich eines der ausgeglichene Geschlechterverhältnisse unter Gründenden.



Der Bericht ist abrufbar unter:

<https://bvmw.info/GlobalEntrepreneurshipMonitor>

Projekt KliMaWirtschaft – Anmeldung zum Workshop

Die Reduktion von Treibhausgasen ist ein elementarer Schritt für mehr Klimaschutz im Unternehmen. Im Projekt KliMaWirtschaft unterstützen der BVMW und das Fraunhofer-Institut für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik Unternehmen auf diesem Weg. Sie werden bei der Entwicklung, Umsetzung und Bewertung eigener Klimaschutzmaßnahmen mit einer dreiteiligen Workshop-Reihe, Webinaren und Checklisten sowie einer Telefonsprechstunde begleitet. Nun stehen die erste Workshoptermine (Zeitraum 7. April bis 19. Mai 2022) fest. Die Teilnahme ist aufgrund der Förderung durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit kostenfrei. Anmeldung unter:



www.klimaschutz-wirtschaft.de

Vielfalt als Vorsprung

Diskriminierungsfreies und inklusives Arbeiten wird immer wichtiger. Doch wie lässt sich Vielfalt in Unternehmen fördern? Und welche Rolle spielen dabei die Führungskräfte?



Wir lieben die Vielfalt. Das ist das Credo in vielen Unternehmen. Dennoch herrscht in vielen Teams Gleichheit des kulturellen Hintergrunds, des Bildungsgrads, der Lebensweise. Der Graben zwischen Wunsch und Wirklichkeit lässt sich erklären: In der Soziologie spricht man von einer Wahrnehmungsverzerrung, einem „Unconscious Bias“, der bei Personalentscheidungen greife. Führungskräfte stellen oft unbewusst nach Ähnlichkeit und Sympathie ein. Andersartigkeit löse Angst aus.

Verschärfung von Vorurteilen

Diversity-Programme versuchen, dem entgegenzuwirken. Der Harvard-Soziologe Frank Dobbin und seine Kollegin Alexandra Kalev untersuchten entsprechende Diversity-Trainings. Das ernüchternde Ergebnis: Trainings, die die Vorurteile beheben sollten, führten in Labortests teils zur Verschärfung und, sofern Unternehmen stark mit Regeln, Kontrolle und negativen Geboten arbeiteten, auch zu vermehrter Ablehnung ausländischer oder weiblicher Personen. Erfolgreicher als die Pflichtschulungen, die Widerstand weckten, schnitten unternehmenseigene Taskforces, freiwillige Maßnahmen und Mentorenprogramme ab.

Sensibilität fördern

Vielfalt braucht Sensibilität. Diese kann nicht verordnet werden. Beim Automobilhersteller Audi hat man das erkannt: Als Format, das ohne den erhobenen Zeigefinger auskommt, benennt Audi-Diversity-Managerin Denise Mathieu einen „Diversity Parcours“. Beschäftigte kamen miteinander in Kontakt, die sich im Arbeitsalltag nicht begegnet wären. Die Asiatin, der blinde Beschäftigte und die Managerin erwiesen sich als ganz anders, als man beeinflusst von Stereotypen vermutet hätte.

Diverse Führung ist erfolgreich

Eine Studie der Boston Consulting Group ergab einen Zusammen-

hang zwischen Vielfalt und Innovation: Divers besetzte Vorstände fördern Innovationskraft und die Wahrscheinlichkeit überdurchschnittlicher Ergebnisse.

Im Risikobewertungszentrum der Deutschen Bank in Berlin arbeiten Menschen aus rund 50 Nationen – um bei der Analyse fremder Märkte ihre diversen Erfahrungen als Erfolgsfaktor einzubringen.

Gerade in Zeiten wie der Corona-Pandemie begrüßten laut einer Umfrage des Handelsblatts fast 75 Prozent der Entscheider gemischtgeschlechtliche Führungsteams. Eine tolerante Personalpolitik ist besonders der jüngeren Generation wichtiger denn je. Die Unternehmensberatung McKinsey bringt es auf den Punkt: Eine Arbeitgebermarke muss heute divers sein, um Talente anzuziehen und zu binden.



Gut zu wissen

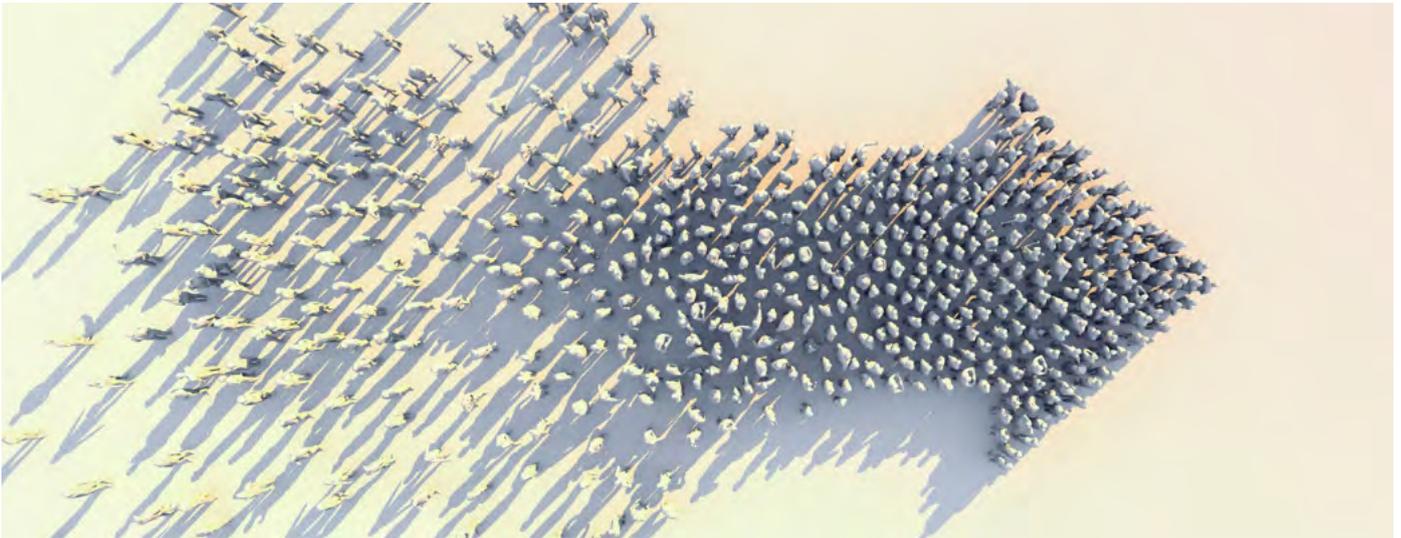
Ob Mitarbeiterführung, Zusammenarbeit oder Work-Life-Balance: Die DAK-Gesundheit bietet interessante und wechselnde Onlineseminare und -workshops zu vielfältigen Themen im Kontext des gesunden Arbeitens: dak.de/digitalesBGM

Marlies Fürste
DAK Gesundheit

https://bvmw.info/dak_unternehmermagazin

Auf zu neuen Ufern

„Kein Wind ist demjenigen günstig, der nicht weiß, wohin er segeln will.“ Dieses Zitat von Michel de Montaigne zeigt, was zur Orientierung im Geschäftsumfeld zuerst benötigt wird: grundlegende Werte und Zielbilder.



Jeder ist sein eigener Zukunftsforscher und -manager. Eine proaktive Vorgehensweise besteht vor allem darin, ein Geschäftsmodell über das Lösen kundenspezifischer Wünsche und Probleme aufzubauen. Dies gelingt oft am besten mit den Methoden eines agilen Managements und des „Design Thinking“. Megatrends wie die Digitalisierung sind dafür ein relevantes strategisches Thema. Denn sie können in Produkten und Dienstleistungen einzeln oder in Kombination miteinander aufgegriffen werden. Wer heutzutage Daten aggregieren und zielgerichtet auszuwerten vermag, ist im Stande, sein Geschäft zu optimieren, um von isolierten Daten zu multidisziplinären Systemen zu gelangen. Oder das Geschäftsmodell lässt sich von Produkten hin zu Smart Services mit Hilfe des Internets der Dinge, digitaler Abbilder oder künstlicher Intelligenz erweitern.

Kundenfeedbacks zeigen, was verbesserungsfähig ist. Wo ist es zum Beispiel sinnvoll, Abläufe zu digitalisieren und IT-Landschaften zu zentralisieren, vereinheitlichen, automatisieren? Sollen Produkte durch Dienstleistungen aufgewertet und individueller gestaltet werden, oder Unternehmen sich gar vom Produkt- zum Plattformanbieter entwickeln? Eine möglichst große systemische Anschlussfähigkeit bietet hier einen Vorteil.

Moderne Geschäftsmodelle

Ein digitales Geschäftsmodell beschreibt, wie eine Organisation Werte schafft, vermittelt und erfasst. Vier Kernfragen lauten:

- Welche Prozesse dienen zur Leistungserstellung?
- Über welche Kanäle werden die Kundenschnittstellen gestaltet?
- Welche Angebote gibt es?
- Wie sieht das Ertragsmodell aus?

Unternehmen entwickeln sich durch Innovationen. Zum einen in puncto Leistungsversprechen – existierende Märkte werden neu definiert, Märkte und Nischen erschlossen oder fortschrittliche Leis-

tungen generiert. Zum anderen lassen sich über Ertragsmodelle neue Strategien und Formen entwickeln. Wertschöpfungskonzepte erlauben wiederum Spezialisierung, Restrukturierung von Prozessen, Einbeziehung Dritter – auch über kooperative Datenräume.

Wichtig ist, eine gute Markenposition durch eine intelligente Segmentierung und ein darauf abgestimmtes, differenziertes Angebot anzustreben. Erfolgsfaktoren am Markt sind darüber hinaus Punkte wie die Nähe zum Geschehen, Reaktionsfähigkeit, Qualität sowie ein vernetztes Denken und Handeln.



Gut zu wissen

- In den Prozessen eines Unternehmens fallen stets Daten an, die weiteren Nutzen stiften können
- Entscheidend sind Ideen, Zukunftsbilder, Handlungsstrategien
- Digitalisierung ist kein Selbstzweck, sondern immer auf eine konkrete betriebliche Fragestellung bezogen

Bettina Gehbauer-Schumacher

Inhaberin Smart Skript – Fachkommunikation für Architektur und Energie
BVMW-Mitglied

www.smartskript.de





Cybersicherheit in Ausbildungsbetrieben

Laut einer DIHK-Unternehmensumfrage weisen die meisten Auszubildenden wenig Wissen zu IT-Sicherheit und Datenschutz auf. Gleichzeitig rotieren sie im Betrieb, wechseln Arbeitsplätze und IT-Geräte. Ausbildende Unternehmen sind deshalb besonderen IT-Sicherheitsrisiken ausgesetzt. Wie können sie diesem Problem beikommen?

In Deutschland gibt es 407.025 kleine und mittlere Betriebe, die ausbilden. Das heißt, 79,9 Prozent aller Auszubildenden gehen in diesen Betrieben ein und aus. Damit ist es gerade für den Mittelstand relevant, dass die jungen Menschen zu Fragen der IT-Sicherheit in Betrieben sensibilisiert und geschult sind. Den meisten Unternehmen ist das bewusst. In einer 2019 durchgeführten Umfrage der DIHK gaben 77 Prozent der befragten Unternehmen an, dass IT-Kenntnisse der Jugendlichen in Zukunft ein wichtiges Einstellungskriterium seien.

Defizite bei der Sicherheit

Doch während die Azubis im Umgang mit den sozialen Medien „topfit“ seien, hätten sie bei Ausbildungsbeginn deutlich zu wenig Kenntnisse zur IT-Sicherheit. Bei nur 14 Prozent seien diese sehr gut. Auszubildende sind also noch nicht ausreichend geschult im sicheren Umgang mit digitalen Medien, IT-Geräten und unternehmensinternen Informationen. Gleichzeitig haben sie Zugang zu internen Prozessen im Unternehmen und hantieren mit unternehmensrelevanter Infrastruktur und Daten.

Dieser Diskrepanz trägt nun auch die Novelle der Ausbildungsordnungen aller Ausbildungsberufe Rechnung, die im August 2021 in Kraft trat. Dort werden Kriterien der „digitalisierten Arbeitswelt“ als Mindestanforderung festgelegt. Der Umgang mit digitalen Medien, Daten, Datensicherheit und Datenschutz soll in die Ausbildungen integriert werden.

Schulungen für Ausbilder

Hier setzt die Transferstelle IT-Sicherheit als Projekt von „Deutschland sicher im Netz“ (DsiN) mit einem Weiterbildungsangebot an: Bis Ende 2023 können sich Ausbildungsverantwortliche wie Dozenten an den Ausbildungszentren, Meisterinnen und Meister sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Ausbilderschein von IT-Sicherheitstrainern schulen lassen, um ihr Wissen an die Azubis weiterzugeben. Die Schulungen beinhalten folgende Module:

- Datensicherheit
- sicherer Arbeitsplatz
- sichere Kommunikation

- Recherche und Bewertung von Informationen (Sicherheit vor Betrug)
- sichere Zusammenarbeit.

Zusätzlich stellt das Projekt Lehr- und Lernmaterialien kostenfrei zur Verfügung. „Gerade kleinere Ausbildungsbetriebe, die wichtige Grundpfeiler in unserer Gesamtwirtschaft sind, können wir mit diesem Projekt adäquat unterstützen und so IT-Sicherheitslücken durch nachhaltige Wissens- und Kompetenzvermittlung schließen“, sagt Dr. Michael Littger, Geschäftsführer von Deutschland sicher im Netz. Der BVMW unterstützt dieses Vorhaben in der Organisation und Kommunikation.



Gut zu wissen

- Ab jetzt bietet das Projekt „mIT Sicherheit ausbilden“ Schulungen zu IT-Sicherheit für Ausbildungsverantwortliche an. Dafür werden im Vorfeld bundesweit Sicherheitstrainer ausgebildet
- Haben Sie Interesse, IT-Sicherheitstrainer zu werden oder an einer regionalen Schulung für Ausbildungsverantwortliche teilzunehmen? Alle Infos unter: <https://www.bvmw.de/mit-sicherheit-ausbilden>

Marie Landsberg
BVMW Senior Projekt Managerin Abteilung Förderprojekte

marie.landsberg@bvmw.de



Altersvorsorge und Arbeitgeberhaftung

Viele Jahre arbeiten und sich dann auf die Rente freuen. Denn man hat durch regelmäßige Rücklagenbildung für den Ruhestand vorgesorgt. Aber ist dies auch wirklich so?

Durch die mangelnde Finanzierbarkeit der gesetzlichen Rentenversicherung wird es für die Mehrheit der Deutschen, speziell für die Jungen, immer wichtiger, sich weitere Säulen wie die betriebliche und die private Altersvorsorge aufzubauen. Mit der Betriebsrente wollen sich Unternehmen um ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kümmern. Dies wird jedoch erschwert. Welche Auswirkung hat die Nullzinspolitik der EZB auf die Betriebsrente und die kapitalgedeckten Altersvorsorgeformen, Pensionsfonds oder Pensionskassen?

Deckungslücke

Die gesetzliche Grundlage ist das Betriebsrentengesetz. Darin ist geregelt, dass der Arbeitgeber für die Erfüllung der von ihm zugesagten Leistungen auch dann einsteht, wenn die Durchführung nicht unmittelbar über ihn erfolgt. Der Arbeitgeber haftet für die Lücke, wenn er eine Mindestrentenhöhe zusagt, auch wenn diese durch den Anspargungsprozess nicht erreicht wird. Dies gilt auch, wenn der Lebensversicherer insolvent wird oder seine Leistungen herabsetzt. Speziell für kleine und mittlere Unternehmen ist es herausfordernd, die Deckungslücke für Betriebsrentenzusagen zu schließen. Erschwerend kommt hinzu, dass seit dem 1. Januar 2022 die Verpflichtung besteht, für alle bestehenden Altersvorsorgeverträge 15 Prozent Arbeitgeberzuschuss zu entrichten. Vorsorgeverträge auf eine mögliche Unterdeckung prüfen zu lassen, kann sich lohnen.

Die Berechnungsmodelle werden von der gestiegenen Lebenserwartung, dem Sicherheitspuffer, aber auch von der Verpflichtung zur 90-prozentigen Gewinnausschüttung beeinflusst. Für Mitarbeitende bedeutet dies, dass sie ohne eine Verzinsung des Kapitals und entsprechenden Inflationsausgleich weit mehr als 100 Jahre alt werden müssten, um zumindest die von ihnen geleisteten Beiträge wieder ausgezahlt zu bekommen.

Ausweg Edelmetall

Daher sagen Arbeitgeber bei neuen Verträgen keinen bestimmten

Beitrag zu. Damit bleibt die spätere Rente und der Nutzen der getroffenen Vorsorge offen. Eine attraktive Möglichkeit ist die Absicherung durch Edelmetalle in physischer Form. Dies bietet für beide Seiten große Vorteile: Inflationsschutz – physische Edelmetalle sind Sachwerte, welche nur begrenzt verfügbar sind und nicht vervielfältigt werden können. Sie sind in der Kaufkraft zu Geldwertprodukten stabil. Haftungsrisiken werden minimiert, eine wertstabile Vorsorge mit Steuereinsparungen ist möglich, und die Mitarbeiterbindung wird gestärkt.



Gut zu wissen

- Für zugesagte Leistungen der betrieblichen Altersvorsorge haftet der Arbeitgeber
- Seit 2016 werden vorzeitige Bezüge aus der betrieblichen Altersvorsorge direkt an den Arbeitnehmer ausgezahlt. Dadurch werden dem Arbeitgeber Lohnsteuer- und Sozialabgabenberechnungen erspart
- Eine Umschichtung von Geld- in wertstabile Sachwerte ist möglich, bringt große Vorteile und ist einfach umzusetzen

Andrea Matt
Zertifizierte Edelmetallkauffrau und
Handelsvertreterin aurum et magis
BVMW-Mitglied

www.andrea-matt.at/
betriebliche-altersvorsorge

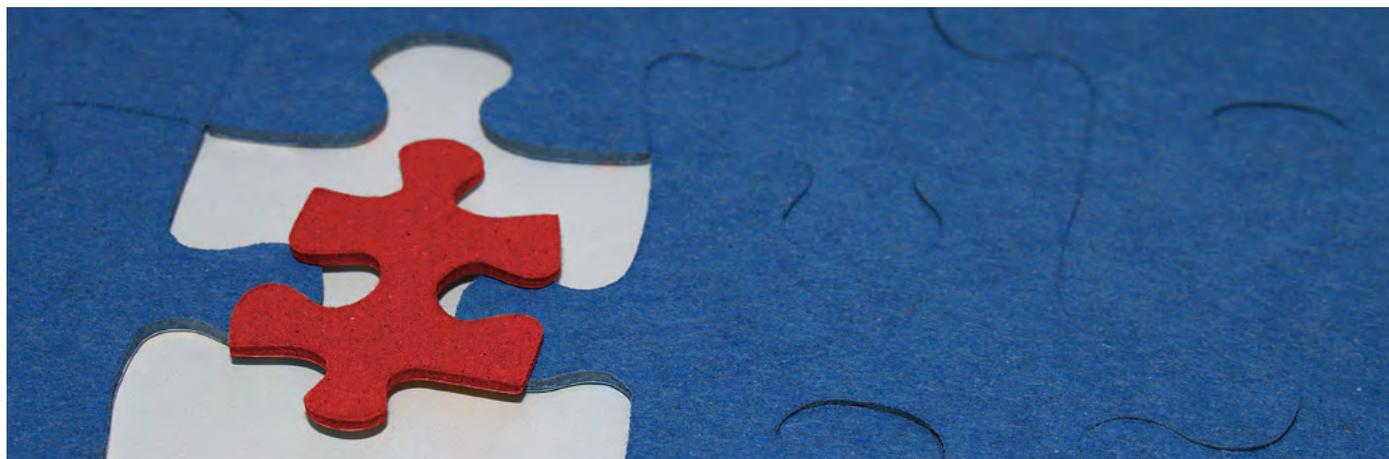




Eine attraktive Alternative für die betriebliche Altersvorsorge ist die Absicherung durch Edelmetalle.

DUB.de bringt Unternehmen und Nachfolger zusammen

Die Deutsche Unternehmerbörse DUB.de – digitale Heimat für Unternehmensnachfolgen – baut auch in 2022 ihre Services rund um Nachfolge, Franchise und Insolvenzen weiter aus. Welche Veränderungen gab es in 2021, und welche Neuerungen sind für das frisch angebrochene Jahr geplant?



Der Jahreswechsel war für DUB.de mit vielen Veränderungen verbunden. Seit August 2021 bin ich die neue Geschäftsführerin und konnte bereits zahlreiche Prozesse verbessern sowie neue, innovative Projekte anstoßen. Auch für die weitere Entwicklung der Börse in 2022 gibt es bereits große Pläne, und ich freue mich, gemeinsam mit dem Team für Nutzer, Kunden und Partner den bestmöglichen Service anbieten zu können. Die Sicherung von Unternehmensnachfolgen bleibt in Deutschland auch weiterhin eine große Herausforderung, und mit einer Kontaktrate von über 90 Prozent unterstützen die DUB-Inserate höchst effektiv Unternehmer bei der Nachfolgersuche.

Booster für die Deutsche Unternehmerbörse

Mit einem Wachstum von rund 20 Prozent zählt das vergangene Jahr zu den erfolgreichsten seit Gründung der Börse. Das liegt einerseits an der Optimierung bereits etablierter Funktionen, so wurde die Seite nicht nur optisch überarbeitet, sondern auch die Menüführung und Struktur noch intuitiver und benutzerfreundlicher gestaltet. Andererseits wurde mit der Premium-Börse zudem ein ambitioniertes Projekt gestartet, das sich speziell an mittelständische Unternehmen und Familienunternehmen richtet, die einen Unternehmenswert ab zehn Millionen Euro haben.

Onlineplattform Nummer Eins für den Mittelstand

Die Deutsche Unternehmerbörse DUB.de ist Deutschlands reichweitenstärkste unabhängige Onlineplattform für Unternehmenstransaktionen. Die DUB-Marktplätze sind die digitale Heimat für Unternehmer, Nachfolger, Berater und Franchiser.

DUB.de ist als mittelständisches Unternehmen auf Augenhöhe mit seiner Zielgruppe und versteht genau, was KMU benötigen. Mit Exper-

tise und Erfahrung unterstützt die Unternehmerbörse eine Community von rund 60.000 registrierten und aktiven Nutzern dabei, ihr Traumunternehmen zu erwerben beziehungsweise einen kompetenten und ambitionierten Nachfolger für ein bestehendes Unternehmen zu finden.



Gut zu wissen

- DUB.de begleitet Unternehmerinnen und Unternehmer durch den komplexen Kosmos der Beratungsdienstleistungen und bietet die notwendige Orientierung
- Der Mittelstand.BVMW und DUB haben sich als Partner zusammengeschlossen und helfen, geeignete Nachfolgerinnen und Nachfolger vor Ort zu finden
<https://www.bvmw.de/themen/unternehmensnachfolge/>
https://bvmw.info/dub_bvmw_starke_partner

Ayse Mese
Geschäftsführerin Deutsche Unternehmerbörse DUB.de

www.dub.de





STEUERN AUF DEN PUNKT

Umsatzsteuer bei E-Commerce ins EU-Ausland

Infolge der Corona-Pandemie hat sich der Stellenwert des Onlinehandels deutlich erhöht. Viele stationäre Händler haben den harten Lockdown und die staatliche Unterstützung von Digitalisierungsinvestitionen zum Anlass genommen, einen Onlineshop aufzubauen. Im digitalen Aufbruch gilt es, die aktuellen Regeländerungen im grenzüberschreitenden Warenverkehr zu beachten.

Das kleine Einmaleins der Umsatzsteuer

Die Umsatzsteuer belastet den privaten Konsum und wird vom Unternehmer direkt an das Finanzamt weitergeleitet. Im Rahmen regelmäßiger Mitteilungen – der Umsatzsteuervoranmeldungen – hat das Unternehmen die Umsatzsteuerzahllast selbstständig zu ermitteln und ohne weitere Aufforderung fristgerecht an die Finanzkasse abzuführen. Während die umsatzsteuerrechtliche Behandlung von Lieferungen und Leistungen in reinen Inlandssachverhalten lange erprobt ist, haben KMU im grenzüberschreitenden Warenverkehr seit dem 1. Juli 2021 neue Regelungen zu beachten.

Regeländerung im E-Commerce

Bei Lieferungen an private Endverbraucher im EU-Ausland – sogenannte Fernverkäufe – stellt sich die Frage, ob die deutsche oder die ausländische Umsatzsteuer anfällt. Seit 1. Juli 2021 gilt, dass die ausländische Umsatzsteuer abzurechnen ist, wenn die Lieferungen des deutschen Unternehmens in das EU-Ausland in 2020 oder 2021 die EU-weite Lieferschwelle von netto 10.000 Euro übersteigt. In diesem Fall muss das Unternehmen die Umsatzsteuer im Ausland grundsätzlich lokal melden. Dies lässt sich in der Regel nur durch die Beauftragung eines ausländischen Steuerberaters bewerkstelligen.

One-Stop-Shop

Die lokalen Meldungen im Ausland bedeuten für KMU einen komplexen und kostspieligen Mehraufwand. Zu begrüßen ist, dass für Besteuerungszeiträume seit dem 1. Juli 2021 anstelle der lokalen Meldungen eine zentrale und EU-weite Meldung beim Bundeszentralamt für Steuern – die OSS-Meldung – abgegeben werden kann. Die Zu-

sammenfassung mehrerer lokaler Behördengänge in einer Meldung (One-Stop-Shop) stellt eine erhebliche Verfahrensvereinfachung dar. Die OSS-Meldung erfolgt elektronisch über das Onlineportal Elster und ist quartalsweise mit einer Frist von einem Monat abzugeben. Meldepflichtig sind insbesondere die Höhe der Umsätze je EU-Mitgliedsstaat. Die Vereinfachung stößt leider schnell an ihre Grenzen, sofern der Warenverkehr nicht unmittelbar aus Deutschland in das EU-Ausland gelangt. Sind beispielsweise ausländische Warenlager Teil der Lieferkette, kann neben der OSS-Meldung weiterhin die Pflicht zur Abgabe lokaler Meldungen bestehen. Aus diesem Grund wird das OSS-Verfahren die Abgabe lokaler Meldungen für Fulfillment by Amazon-Händler nicht ersetzen können.



Gut zu wissen

- Unternehmer müssen sich zur Teilnahme am OSS-Verfahren registrieren. Die erste Meldung kann frühestens für das auf die Registrierung folgende Quartal abgegeben werden
- Die OSS-Meldung ist keine Pflicht. Wird die EU-weite Lieferschwelle aber überschritten, sind lokale Meldungen abzugeben

Dr. Sebastian Krauß

Steuerberater,
Fachberater für Internationales Steuerrecht
concepta Steuerberatungsgesellschaft mbH
BVMW-Mitglied

www.concepta-steuern.de



BVMW-Fördermittel-Beratung

Es gibt zahlreiche Förderprogramme der Bundesländer, des Bundes und der EU. Die Bedeutung von Fördermitteln für mittelständische Unternehmen steigt, doch der Einstieg ist komplex. Hier ein Überblick.

Der Arbeitskreis Fördermittel im BVMW-Beratungsnetzwerk empfiehlt ausgewählte Programme zur Finanzierung von Projekten im Bereich Forschung, Entwicklung und Innovation (F&E) durch nicht rückzahlbare Zuschüsse – über das meist bekannte ZIM hinaus. Gefördert wird in F&E-Programmen die Neu- und signifikante (Weiter-)entwicklung von Produkten, Prozessen und Dienstleistungen. Im Fokus stehen dabei meist eigene Personalkosten, Fremdleistungen und Materialaufwendungen. Die Förderquote bei F&E-Programmen liegt meistens bei bis zu 50 Prozent.

■ KMU-Innovativ

Die Mittelstands-Förderinitiative des BMBF für Themen wie Materialforschung, IKT, Medizintechnik, Produktionstechnologien, Elektronik
https://bvmw.info/BMBF_KMU_innovativ

■ Deutsche Bundesstiftung Umwelt

Mittelstandsorientierte Förderung für Projekte, die einen Beitrag zum Umweltschutz leisten, zum Beispiel nachhaltige Ernährung, ressourceneffiziente Prozesse, Kreislaufführung von Produkten
<https://www.dbu.de/>

■ Digitalisierung der Fahrzeughersteller und Zulieferindustrie

Innovative Projekte zur Digitalisierung der Wertschöpfungs- und Fertigungsprozesse, Fahrzeuge sind hierbei alle bodengebundenen Fahrzeuge ziviler Nutzung
https://bvmw.info/Fahrzeughersteller_Zulieferer

■ Erforschung, Entwicklung und Nutzung von Methoden der künstlichen Intelligenz in KMU

F&E-Projekte zum Beispiel für digitale Assistenten, datengetriebene Systeme und Datenengineering sowie Computer Vision und Bildverstehen
https://bvmw.info/BMBF_Foerderung_KI

■ EIC-Accelerator (European Innovation Council)

Richtet sich ausschließlich an KMU mit einer risikoreichen Idee mit hohem Marktpotenzial und Innovationsgrad mit international ausgerichteter Geschäftstätigkeit.

Verfolgt wird dabei ein themenoffener Ansatz. Neben technologischen können auch nicht-technologische Innovationen wie soziale Innovationen oder Innovationen im Dienstleistungssektor gefördert werden. Hier ist eine Förderquote von 70 Prozent möglich.
<https://www.eubuero.de/eic-accelerator.htm>

■ Neben den Zuschussprogrammen gibt es auch die Forschungszulage als steuerliche Förderung

Besonders niedrigschwellig, kann auch rückwirkend beantragt wer-

den, 25 Prozent Förderquote auf die eigenen Personalkosten und (teilweise) der Auftragsentwicklungen.

<https://www.bescheinigung-forschungszulage.de>



Gut zu wissen

- Der Arbeitskreis Fördermittel im Beratungsnetzwerk Mittelstand unterstützt Mitglieder bei der Suche nach einem professionellen Berater
- Kontakt Sonja Stockhausen: s.stockhausen@gewi.de

Das **Beratungsnetzwerk Mittelstand** gibt Unternehmen eine Orientierung bei der Beratungssuche und arbeitet ständig an der weiteren Verbesserung der Beratungsqualität für den Mittelstand.

Hochqualifizierte und in der Beratung mittelständischer Unternehmen erfahrene Beraterinnen und Berater, die Mitglied im Beratungsnetzwerk werden möchten, erhalten weitere Informationen unter <https://www.beratungsnetzwerkmittelstand.de/> oder über Nick Willer: nick.willer@bvmw.de

Sonja Stockhausen

Geschäftsführende Gesellschafterin der Fördermittelberatung GEWI GmbH & Co. KG
 BVMW-Mitglied, Leiterin des Arbeitskreises Fördermittel im Beratungsnetzwerk des BVMW und Mitglied des BVMW-Expertenkreises Förderprogramme

www.gewi.de



Matthias Larisch

Geschäftsführender Gesellschafter der Fördermittelberatung i&mb Industrie & Management Beratung intern. GmbH

www.i-m-b.de



Es geht um Menschenleben, Geld und Image

Nachvollziehbare Dokumentation kann nerven, die rechtlichen Anforderungen von EU, Bund und Ländern sowie Versicherungen ändern sich stetig, und das Tagesgeschäft hat Vorrang. Nur dürfen dabei die Sicherheitsvorgaben mit der notwendigen aktuellen Dokumentation nicht außer Acht gelassen werden. Behörden dürfen bei Sicherheitsmängeln Produktionslinien und Unternehmen stilllegen.



Arbeitsschutz und Brandschutz

Als gelernte Werkzeugmacherin mit Berufserfahrung arbeite ich jahrelang im Büro. Seit über zehn Jahren bin ich als externe Beraterin für Brandschutz, Arbeitssicherheit und Zertifizierungen ISO 9001, ISO 45000 und SCC tätig. Dabei geht es um Menschenleben, Geld und Image. Hier heißt es, mit Kompetenz und Leidenschaft von sich zu überzeugen. Das Klischee, der Bereich Sicherheit sei rein männlich besetzt, ist längst überholt. Es hat sich bewährt, wenn Frauen und Männer miteinander respektvoll auf Augenhöhe kommunizieren und arbeiten.

Aussitzen bringt nichts

Jeder Arbeitgeber ist gesetzlich dazu verpflichtet, die Vorschriften und Richtlinien des Arbeitsschutzes und Brandschutzes einzuhalten. Ohne vollständige und haftungssichere Dokumentation dürfen neue Produkte oder Maschinen und Anlagen nicht selbst genutzt oder verkauft werden. Manche DIN ISO 9001 Zertifizierung ist an Arbeitsschutz- und Brandschutzthemen gescheitert. Das Unternehmen wurde vom A zum C Lieferant zurückgestuft. Die Folge: weniger Aufträge und gravierender Imageverlust. Eine Aufnahme des Istzustandes mit umzusetzenden Maßnahmen kann gefördert werden. Gefährdungsbeurteilungen, Arbeits- sowie Brandschutz müssen mit einer regelmäßigen Wirksamkeitskontrolle der nachhaltigen Maßnahmen kontrolliert und gegebenenfalls angepasst werden. Wobei Zeitarbeitnehmern und Menschen mit Behinderung eine besondere Beachtung gewidmet werden muss.

Personal und Unternehmen schützen

Arbeitsunfälle und langfristige Erkrankungen schaden nicht nur der

Gesundheit der Mitarbeiter, sondern auch dem Konto des Unternehmens, beschäftigen die Berufsgenossenschaften sowie in besonderen Fällen die Staatsanwaltschaft.

Notwendige Brandschutzunterlagen sind zu erstellen und aktuell zu halten. Die Feuerwehr ist einzubinden. Im Ernstfall muss der anlagentechnische Brandschutz funktionieren, Mitarbeiter müssen rechtzeitig gewarnt werden und gefahrlos barrierefrei flüchten können. Nach einem Brand sind etwa 69 Prozent der Unternehmen insolvent, oder es fällt langfristig so viel Umsatz aus, dass sich Unternehmen erst nach Jahren erholen.



Gut zu wissen

- Arbeitgeber haben nach § 618 des BGB und des Arbeitsschutzgesetzes eine Fürsorgepflicht
- Empfindliche Strafen können vermieden werden

Simone Brühl
Geschäftsführerin enegtech Brühl UG
BVMW-Mitglied

www.enegtech.de





Lieferkettengesetz und Compliance praxisnah

Egal, ob für Datenschutzbeauftragte, Gleichstellungsbeauftragte oder Compliance-Beauftragte: Die Managementaufgaben in kleinen und mittleren Unternehmen werden immer umfangreicher und spezifischer, nicht zuletzt wegen neuer Gesetze. Aktuell geht es darum, neue Vorgaben zu Compliance und Corporate Social Responsibility im Unternehmen zu verankern.

Neue Anforderungen

Neue gesetzliche Vorgaben zu Compliance und zusätzliche Anforderungen rund um Corporate Social Responsibility fordern Geschäftsführung und Führungskräfte. Zu den neuen Compliance-Bestimmungen zählen aktuell unter anderem die Einführung eines Hinweisgebersystems und das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (bis Anfang 2023). Weitere Anforderungen kommen auf die Unternehmensleitungen im Jahr 2022 zum Beispiel durch das Verbandssanktionengesetz zu. Eine Herausforderung nicht nur für Geschäftsführer, Vorstände und Inhaber, sondern auch für alle Führungskräfte und Mitarbeitende im Unternehmen. Soll die Umsetzung dieser Anforderungen im Unternehmen nicht zu einem Stresstest für die gesamte Organisation werden, bedarf es einer intelligenten und gut durchdachten Vorbereitung. Gerade im Mittelstand muss die Umsetzung maßgeschneidert, effizient und pragmatisch sein.

Synergien nutzen

Durch die Nutzung von Synergien kann der Aufwand bei der Umsetzung der Anforderungen reduziert werden. So kann zum Beispiel das

Hinweisgebersystem, das ohnehin von Unternehmen ab 50 Mitarbeitenden umgesetzt werden muss, mit wenigen Änderungen auch als Beschwerdemanagement im Sinne des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz genutzt werden. Zur Erkennung solcher Synergien sind fundierte Kenntnisse der Anforderungen und Rahmenbedingungen der Vorgaben aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, dem Hinweisgeberschutzgesetz und den Compliance-Normen notwendig. Diejenigen, die für die Umsetzung des Projektes im Unternehmen verantwortlich sind, haben hier die Möglichkeit, sich in Seminaren und Workshops zu informieren oder das Know-how bei Experten einzukaufen. In Seminaren zu den Anforderungen eines Compliance Management Systems oder des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes kann ein guter Überblick über die notwendigen Projektschritte erworben werden. Die Teilnehmer können danach abschätzen, welcher Aufwand für die Umsetzung auf das Unternehmen zukommen wird und wie man die Anforderungen umsetzen kann. Sinnvoll ist auf jeden Fall auch die zumindest zeitweise Begleitung des Projektes durch einen externen Berater, der das Projektteam mit Fachwissen und Erfahrung unterstützt. Auf diese Wei-



se lässt sich die Projektdauer in aller Regel bei besseren Ergebnissen verkürzen.

Umfassend denken und handeln

Compliance Management Systeme und Präventivmaßnahmen im Sinne des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes sind keine Themen, die nur eine Abteilung im Unternehmen betreffen. Bei der Umsetzung der Anforderungen aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz kommt zwar dem Einkauf eine wesentliche Rolle zu, soweit es um die Umsetzung der Präventionsmaßnahmen bei den direkten Lieferanten geht. Die Präventionsmaßnahmen müssen allerdings auch im eigenen Unternehmen umgesetzt werden. Betroffen sind

„ Compliance Management Systeme und Präventivmaßnahmen im Sinne des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes sind keine Themen, die nur eine Abteilung im Unternehmen betreffen.

dem Grunde nach alle Abteilungen und Beauftragte im Unternehmen, wie zum Beispiel auch der Umweltschutzbeauftragte. Das Projektteam sollte deshalb interdisziplinär sein und grundsätzlich alle Führungskräfte einbeziehen und auch die Mitarbeitenden informieren, um die zahlreichen Schnittstellen rund um die Compliance-Anforderungen im Unternehmen vollständig zu erfassen und den Umsetzungsprozess erfolgreich zu gestalten.

Führungskräfte einbinden und kommunizieren

Damit in den Unternehmen Compliance-Prozesse nachhaltig verankert und gelebt werden können, ist es für die Geschäftsführung

Gut zu wissen

- Umsetzung der Compliance-Anforderungen gut vorbereiten
- Fundiertes Know-how im Projektteam ist entscheidend für den Erfolg
- Führungskräfte und Mitarbeitende frühzeitig einbinden

notwendig, ihre Führungskräfte in diese Managementaufgabe einzubinden. Sie agieren dabei verantwortlich als Vorbild, Coach und Unterstützer für die Mitarbeitenden, Vermittler von moralischen und ethischen Grundsätzen und gleichzeitig auch als Moderator zwischen Geschäftsführung und Belegschaft. Für diese Managementaufgabe ist eine aktive Kommunikation notwendig, die Mitarbeiter informiert, Verständnis und Akzeptanz schafft und nachhaltiges Engagement sichert. Fachkompetenz und eine gut durchdachte Kommunikationsstrategie sind die Grundlage für eine erfolgreiche Umsetzung der neuen Vorgaben.



Astrid Meyer-Krumenacker

Rechtsanwältin mit Schwerpunkt Compliance und Lieferkettengesetz
BVMW-Mitglied

www.amk-law.de



BVMW

25 Jahre Eltroplan-Revcon

Seit 25 Jahren feilt das Team der Eltroplan-Revcon (BVMW-Mitglied) aus dem nordrhein-westfälischen Bönen an der Optimierung von Energieversorgungssystemen für elektrische Antriebe. Die mittelständische Patentschmiede um Firmengründer Wolfgang Schmidt erlebte 2002 einen weiteren Meilenstein ihrer Firmengeschichte. Sie eroberte nationale und internationale Märkte mit der Erfindung eines passiven Oberschwingungsfilters, der einen stetigen und sicheren Stromfluss in Niederspannungsnetzen möglich macht. 2020 sah die Firma den Durchbruch auf dem asiatischen Markt und eröffnete eine eigene Präsenz in Singapur. 2022 wird der Mega-Markt China in Angriff genommen – ein Hidden Champion mit großem Wachstumspotenzial.

Speaker Award für Anne-Kristin Holm

Die BVMW-zertifizierte Unternehmensberaterin Anne-Kristin Holm gewann den Excellence Award des 7. Internationalen Speaker Slam in Mastershausen (Rheinland-Pfalz). Beim Speaker Slam müssen Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus aller Welt ihre Reden in vier Minuten verpackt vortragen. Holm sprach über die unbegrenzten Möglichkeiten für Unternehmerinnen und Unternehmer und über die Macht des Unterbewusstseins. Mit diesen Themen bringt sie mehr Innovation in die Unternehmen und lenkt so in eine sichere Zukunft. Denn am Ende der Leiter ist für den Mittelstand noch lange nicht Schluss, so ihr Plädoyer.

Bundeszentrale schenkt eine Zeit voller Leben

Für eine Zeit voller Leben – so lautet das Motto der Björn Schulz Stiftung, die sich seit 25 Jahren in der Kinderhospizarbeit engagiert. In ihrem Sonnenhof-Hospiz in Berlin und verschiedenen ambulanten Diensten begleitet und betreut die Stiftung Familien mit Kindern, die an lebensverkürzenden Erkrankungen leiden. In diesem Jahr haben die Kinder eine Wunschliste an den BVMW geschickt: Mit den Spielen, Kleidung und Sportgeräten erhalten sie die Möglichkeit, ihren Aufenthalt im Kinderhospiz gemeinsam aktiv zu gestalten. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bundeszentrale haben die Zeit vor Weihnachten genutzt, um die Wünsche der Kinder wahr werden zu lassen.



Sandra Haude (BVMW) bei der Geschenkübergabe an eine Vertreterin der Björn Schulz Stiftung (li.).

In medias rees gewinnt German Design Award

Das BVMW-Mitglied-Unternehmen In medias rees entwarf und realisierte das Verpackungsdesign für DAS GUTE EIS. Das Gestaltungskonzept der Premium-Speiseeis-Marke wurde vom Rat für Formgebung mit dem German Design Award 2022 ausgezeichnet. Für das mittelständische



Unternehmen aus Baden-Württemberg ist es nach dem bekannten Red Dot Award 2020 bereits der zweite hochdekorierte Preis. Der German Design Award wird seit 2011 an herausragende Einreichungen aus dem Bereich Produkt- und Kommunikationsdesign verliehen.



Die Geschäftsführer der NanoTemper Technologies: Philipp Baaske (li.) und Dr. Stefan Duhr.

TOP 100 Innovator des Jahres

Unser Mitglied, die NanoTemper Technologies GmbH mit Hauptsitz München, hat beim Innovationswettbewerbs TOP 100 zum dritten Mal den ersten Platz belegt. Das Unternehmen hat derzeit 180 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und expandiert stark. NanoTemper versteht sich mit seinem Portfolio weltweit patentierter optischer Technologien als international führend auf dem Gebiet der biophysikalischen Messtechnik. Die Instrumente der Firma werden für die Untersuchung der Wirksamkeit und Haltbarkeit komplexer Impfstoffe und Biologika eingesetzt. Sie erlauben es Forschern, Medikamente gegen bis dato nicht therapierbare Krankheiten zu entwickeln.

Stadt Nürnberg erhält Pokal.Digital

Der BVMW hat die Stadt Nürnberg für ihre herausragende Digitalisierung mit der Ehrenurkunde Pokal.Digital ausgezeichnet. Besonders die Stadtverwaltung hat in den letzten Jahren im Bereich der Digitalisierung hervorragende Arbeit geleistet. Auch die Wirtschaftsförderung des Wirtschafts- und Wissenschaftsreferenten Dr. Michael Fraas sowie das von Dr. Christian Büttner geleitete Institut für Pädagogik und Schulpsychologie wurden für ihre Arbeit gelobt. Nürnbergs Oberbürgermeister Marcus König, Dr. Michael Fraas und Dr. Christian Büttner nahmen den Preis der Unternehmerdelegation des BVMW im Namen der Stadt Nürnberg entgegen.



Preisträger und Verleiher des Pokal.Digital in Nürnberg (v. li.): Georg Eck, Josef Stakemeier, Dr. Michael Fraas, Dr. Christian Büttner, Paul Söhnlein und Thomas Müller.

40 Jahre Oppermann Regelgeräte

Innovation hat bei Oppermann Regelgeräte Tradition. Die ständige Weiterentwicklung der Produkte ist das Geheimrezept des Erfolgs. Seit vier Jahrzehnten steht der Name Oppermann für technische Innovation Made in Germany. Besonders wichtig ist für das BVMW-Mitglied aus Leinfeldern-Echterdingen (Baden-Württemberg) aber auch der Kundenservice. Das Unternehmen ist Entwickler, Hersteller und Lieferant für die komplette Sensorik in der Heizungs-, Lüftungs- und Klimatechnik, für anspruchsvolle Komponenten und Systeme des Brandschutzes sowie der Gas- und CO-Warntechnik. Von Anfang an in Familienbesitz, führt mittlerweile die zweite Generation die Geschicke des Unternehmens.

IPM-Unternehmerpersönlichkeit des Jahres

Mit dem IPM-Gold Award als Unternehmerpersönlichkeit des Jahres wurde unser Mitglied Sebastian Heinje, unter der Moderation von Jörg Pilawa, im festlichen Rahmen des Grand Hyatt in Berlin



Sebastian Heinje, Unternehmer des Jahres 2021.

ausgezeichnet. Zusammen mit seinem Vater Diderk Heinje leitet der begeisterte Gartenbau-Ingenieur im niedersächsischen Edewecht eine der größten Containerbaumschulen Europas. Die Diderk Heinje Baumschulen GmbH & Co. KG ist Innovationstreiber in Sachen Sortiment, Marken mit internationaler Kooperation sowie Personalentwicklung. Zu dem Erfolg tragen die Naturliebe des 46-jährigen Gartenbau-Ingenieurs und die Produktion im Einklang mit der Natur wesentlich bei. Wir gratulieren zu dieser besonderen Auszeichnung.



Die weltweit erste vollelektrisch angetriebene Pflasterverlegemaschine.

Ausgezeichnete Pflasterverlegemaschine

Unser Mitglied, die Probst GmbH, hat den dritten Platz beim Umwelttechnikpreis in der Kategorie „Emissionsminderung, Aufbereitung und Abtrennung“ erreicht. Ausgezeichnet wurde die vollelektrische Pflasterverlegemaschine vom baden-württembergischen Umweltministerium. Laut ihrem Entwickler Marius Kaltenbach ist sie eine bahnbrechende Innovation. Denn anders als die noch weit verbreiteten Dieselmodelle produziert sie keine Abgase und keinen Lärm. Das ist nicht nur für die Bauarbeiter, sondern auch für die Anlieger einer Baustelle wertvoll. Die in Erdmannhausen ansässige Probst GmbH feierte 2021 das 60-jährige Firmenjubiläum und beschäftigt 180 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Starker Jahresstart in Osnabrück



Die Theologin Dr. Margot Käßmann beim BVMW-Jahresempfang in Osnabrück.

Unter dem Motto „Orientierung. Werte. Haltung“ lud der BVMW Osnabrück im Januar zu seinem Jahresempfang ein. Rund 120 Gäste kamen in der Katharinenkirche unter strengen Corona-Regeln zusammen. Eingeladen hatte Beate Böttger, die Leiterin des Kreisverbands Osnabrück. Zu Gast war die Theologin und frühere EKD-Ratsvorsitzende Dr. Margot Käßmann; in ihrer Rede ging es unter anderem um die gesellschaftliche Situation in der Coronakrise. So spiegelte sich das Motto des Jahresempfangs in der Einladung der Theologin und im Veranstaltungsort wider. Ein grandioser Jahresauftakt nach einem stürmischen Jahr.



Live-Übertragung des 55. BVMW-Businessclubs bei der Firma Pelzer.

Fachkräfte im Unternehmen halten

Zunehmend verfolgen Beschäftigte zielstrebig ihre berufliche Weiterentwicklung und erwarten hierzu Angebote von ihren Arbeitgebern. Parallel dazu müssen Unternehmen in den kommenden Jahren auf grundlegende Entwicklungen am Arbeitsmarkt durch Transformation reagieren. Wie Mitarbeiterbindung durch Qualifikationsangebote gestaltet werden kann, und welche Partner und welche staatlichen Arbeitsmarktinstrumente hierfür wie eingesetzt werden können, war Thema des 55. BVMW-Businessclubs. Die Veranstaltung fand im modernen Videokonferenz- und Schulungsraum unseres Mitglieds Pelzer Maschinenbau und CNC-Zerspanungstechnik GmbH in Jena statt. So waren auch die zugeschalteten Gäste „mitten im Geschehen“.



Sven Hannawald, Martin Götde, Camilla Biasio, Roman Konrads und Dagmar Mayer (v. li.).

Erfolg in Balance mit Sven Hannawald

Unter dem Motto „Fokus Leistung 4 gewinnt! – Erfolg in Balance“ hatte der BVMW zusammen mit der DAK als Kooperationspartner in das Porsche Zentrum Bensberg (NRW) eingeladen. BVMW-Kreisverbandsleiterin Dagmar Mayer begrüßte Sven Hannawald als Gast sowie die Teilnehmenden und stellte den BVMW als die wichtigste Stimme des Mittelstandes vor. Die Veranstaltung mit rund 150 Gästen wurde von der Moderatorin Camilla Biasio moderiert. Sven Hannawald beschrieb am Beispiel seiner einzigartigen Karriere als Slispringer lebendig und eindringlich seinen Weg zum Erreichen und Erhalten von Leistung. Es war ein einzigartiger Businessstark, der begeisterte und bewegte.



Das jüngste Mitglied mit BVMW-Repräsentant Guido Augustin.

Das jüngste BVMW-Mitglied

Ein ungewöhnlicher Anruf beim BVMW-Repräsentanten Guido Augustin: „Mein Enkel hat sich gerade selbstständig gemacht, und ich möchte ihm zum 18. Geburtstag die Mitgliedschaft im BVMW schenken“. Und so geschah es. Elias Reinemann, frisch gebackener Unternehmer, macht gerade sein Abitur. Nur sonntags nicht: Da mietet er den Parkplatz eines Einkaufszentrums am Rande von Mainz, damit Fahranfänger ohne Führerschein ihre Runden drehen können. Die Schlangen an der Einfahrt sind lang. Mit seinem „Fahren ohne Führerschein“ macht Reinemann solide vierstellige Umsätze pro Monat. Sobald das Abi geschafft ist, geht es auf Suche nach weiteren geeigneten Plätzen im Rhein-Main-Gebiet.

In drei Schritten zum Jobrad

Unternehmerinnen und Unternehmer wollen es praktisch, schnell und transparent. Und das kann unser Mitglied, das Fahrzeughaus Müller, anbieten, wenn es um das Thema Jobrad geht. „Drei Schritte – mehr braucht es nicht“, sagte die Marketingleiterin Gunda Liesegang im Cube Store Zella-Mehlis beim coffee & networking des BVMW Südthüringen. Es war coronabedingt die kleine Runde, die sich in Präsenz getroffen hatte. Das tat dem großen Interesse am Thema Jobrad keinen Abbruch. Constanze Koch (BVMW) hatte zusammen mit dem Fahrzeughaus Mitglieder zu der Veranstaltung eingeladen.

Kreativagentur NA+1 dreht am Rad

Unser Mitglied, die NA+1 Agentur in Limburg an der Lahn (Hessen), war an der Umsetzung einer Weihnachtswerbaktion beteiligt, mit dem Vranken Pommery den German Brand Award 2021 gewann. Gunnar Zessel und sein Team von NA+1 sind immer für etwas Besonderes gut: Ein 2,40 m hohes Riesenrad mit Pommery-Flaschen entstand. Aufgabe war es, etwas Großes, Auffälliges für das Weihnachtsgeschäft zu schaffen. Ein aufwändiger Brainstorming- und Planprozess ging dem Moment voraus, bevor die Handwerkerinnen und Handwerker anrückten. Gunnar Zessel, Gründer von NA+1, unterstreicht, wie viel Liebe zum Detail bis zur Vollendung des Projekts notwendig waren.



Das 3D-Modell zum Rad, das mit den Korken knallt.

Mittelstandscup in Limburg

Zum ersten Mal traten Unternehmerinnen und Unternehmer in der Region Limburg-Taunus zum Mittelstandscup an. Der Inhaber des Sportparks Linter, Hubert Fluck, hatte gemeinsam mit BVMW-Beauftragter Frank Täffner die Organisation der Veranstaltung übernommen. In vier Teams mussten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer drei Spasportarten meistern. Vom Adventure-Golf über das Shuffleboarden bis zum Vier-Gewinnt-Basketball waren Geschick und Konzentration erforderlich. Es wurde genetzt und dabei neue Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner gefunden. Nach dem sportlichen Teil hatte die Firma Wolsdorff Tobacco GmbH zum Whisky- und Zigarren-Tasting eingeladen.



Besucherguppe des BVMW in der IBM-Zentrale in Ehningen.

Mittelstand beim Quantencomputer der IBM

Zurzeit gibt es drei IBM-Quantencomputer in der IBM-Zentrale in Ehningen (Baden-Württemberg), ein weiterer ist in Planung. Der BVMW war mit einer kleinen Gruppe vor Ort, um das Wunderwerk der IT-Technik zu besichtigen. Mit 27 Qubits ist es das derzeit leistungsstärkste System in Europa. Die für Laien schwierig zu verstehende Stärke dieser Quantencomputer liegt daran, dass sie in einer nicht vorstellbaren Schnelligkeit äußerst komplexe Prozesszusammenhänge verarbeiten können. So will die nahe gelegene Daimlerzentrale Sindelfingen damit zum Beispiel ihre Batterieforschung optimieren. Aber auch kleine und mittlere Unternehmen können über eine Miete den Quantencomputer nutzen.



Aktives Netzwerken als Teil des Workshops zu Change-Themen.

Den Wandel im Geschäftsleben meistern

Der BVMW in Nordthüringen hatte zum Workshop „Wandel und Veränderung im Geschäftsleben“ mit Anja Häbeler, Coach für Changemanagement, eingeladen. Rund 50 Unternehmerinnen und Unternehmer folgten drei Vorträgen zu den spannenden Themen von Unternehmenskultur, Generationswandel und Nachfolgeregelung. Im Zentrum stand das konkrete Beispiel der Gastgeberfirma TMP Fenster + Türen® GmbH in Bad Langensalza. Am Ende der Veranstaltung war allen Beteiligten klar, wie wichtig aktives Netzwerken, ist um dem Wandel wirkungsvoll zu begegnen.

Vom Mathematik-Professor zum IT-Unternehmer

Die Philosophie von Bodo Ruppach, Geschäftsführer der msu solutions GmbH, lässt sich am besten in einem Satz von Antoine de Saint-Exupéry zusammenfassen: „Die Zukunft sollte man nicht voraussehen wollen, sondern möglich machen.“



Die beiden Geschäftsführer der msu solutions GmbH: Bodo Ruppach (re.) und Andreas Weber.

Ein im besten Sinne umtriebiger und neugieriger Mensch war der 1960 in Wismar geborene Bodo Ruppach schon zu DDR-Zeiten. In seiner Lehre zum Maschinenschlosser fand er seine Affinität zur Mathematik. Es waren die mathematischen Methoden und die Datenverarbeitung, die sein späteres Studium prägten und ihn zur Informatik führten. Ungewöhnlich in dieser Zeit war, dass er bereits im dritten Studienjahr an der Hochschule in Merseburg gewerblich tätig war und eine Software für die Tourenoptimierung entwickelte, mit der Getränkedistributoren ihre Händler effektiver beliefern konnten. Bis 1993 blieb Ruppach als Assistent an der Hochschule,

dann wechselte er als Hochschullehrer zur Martin-Luther-Universität nach Halle. Zu der Zeit hatte er bereits acht Mitarbeiter.

„Im Juli 1990 war es möglich, und ich gründete mein erstes eigenes Unternehmen, das Softwarebüro Bodo Ruppach, das später in SHR Softwarehaus Ruppach umbenannt wurde.“ Es schwingt Stolz in der Stimme mit. Zündende Idee war dann, den besten Studenten einen Arbeitsplatz im Unternehmen anzubieten. Firmenkontakte entwickelten sich schnell. „Viele Kollegen aus den älteren Bundesländern waren“, so erinnert er sich, „über die sehr gute mathematische Ausbildung in der DDR erstaunt“.

Software für die Abfallwirtschaft

Logistikprozesse und Gebührenrechnungen bildeten die Schwerpunkte der Software. Entsorgungsplanungen für rund zehn Millionen Behälter in ganz Deutschland arbeiten heute noch mit Software-Lösungen der SHR. Schon 1996 war die gesamte Fahrzeugflotte der Abfallwirtschaft Gera als erste mit GPS ausgerüstet. Probleme mit dem Millennium und der Währungsumstellung musste auch Ruppach wegstecken. Der Markt schrumpfte um gut die Hälfte, aus der SHR ging die PROLOGA GmbH hervor, heute SAP-Partner für Entsorgungssoftware.

Software für Wasser und Energie

2003 gründete Ruppach schließlich die msu solutions GmbH in Halle. Gegenstand war die Fortführung der Entwicklung von Ver- und Entsorgungslösungen für die Wasser- und Abwasserwirtschaft. Seit 2010 entwickelt die msu solutions zudem Software für mittelständische Stadtwerke aus ganz Deutschland.

E-Mobilität

Seit etwa zwei Jahren steht die E-Mobilität im Mittelpunkt der unternehmerischen Anstrengungen. Unter dem Namen m8mit hat sich eine Cloud-Plattform bundesweit durchgesetzt, die das Laden von Elektrofahrzeugen im Ladesäulennetz erleichtert. Derzeit werden rund 3.000 Ladesäulen direkt und weitere 15.000 von Partnern betreut. Zukünftige Herausforderungen sieht Ruppach im weiteren Ausbau und der Digitalisierung der Infrastruktur für die E-Mobilität.



Visitenkarte

msu solutions GmbH
Gründung: 2003
Firmensitz: Halle an der Saale (Sachsen-Anhalt)
Geschäftsführer: Bodo Ruppach, Andreas Weber
Mitarbeiter: 110
BVMW-Mitglied

www.msu-solutions.de



Peter Martini
BVMW Pressesprecher Sachsen-Anhalt

peter.martini@bvmw.de



Klimaneutrale Masken und Matratzen

Mit Beginn der Pandemie im Frühjahr 2020 machte die Breckle Matratzenwerk Weida GmbH von sich reden. Doch nicht mit ihrem Hauptprodukt medizinische Matratzen, sondern mit den schlagartig im ganzen Land nachgefragten medizinischen Masken.



Die Breckle Matratzenwerk Weida GmbH produziert medizinische Matratzen und Masken – nachhaltig und klimaneutral.

Seit 20 Jahren ist die Breckle Matratzenwerk Weida GmbH zertifizierter Medizinprodukte-Hersteller für medizinische Matratzen. Doch mit Beginn der Corona-Pandemie hat das Unternehmen mit der Produktion von Masken begonnen. Drei Millionen Euro wurden in eine hochmoderne, vollautomatische Maskenlinie investiert. „Ohne einen Euro Fördermittel“, unterstreicht Geschäftsführer Gerd Breckle. „Aktuell fertigen 20 unserer Mitarbeiter eine Million Masken pro Woche.“

Parallel dazu hat das Unternehmen, das als einer der ersten Hersteller bundesweit eine deutsche Zertifizierung für OP-Masken und FFP2-Masken erhielt, ein Qualitätssicherung-System mit höchstem Standard eingeführt. Momentan wird für die Masken ein deutschlandweiter Vertrieb aufgebaut, um Großabnehmer wie Krankenhäuser direkt versorgen zu können.

Klima ohne Grenzen

Zum hohen Qualitätsanspruch gehört für Breckle untrennbar das Thema Nachhaltigkeit. „Unser gesamtes Team steht für eine konsequent nachhaltige Strategie, sowohl bei Matratzen als auch bei den Masken“, berichtet die Tochter des Firmeninhabers Corina Breckle, die als Entwicklungsleiterin im Unternehmen tätig ist. Keine Frage, dass die Masken von Breckle klimaneutral gefertigt werden, und die gesamte

Maskenproduktion über „Klima ohne Grenzen“ kompensiert wird. „Wir denken und arbeiten nachhaltig in beiden Produktgruppen – von der Entwicklung bis zum Recycling“, betont Corina Breckle. Bald kommt der erste komplett recycelbare Matratzenbezug zum Einsatz, inklusive Füllung und Reißverschluss. Dieser hochwertige Kompost wird wieder zu einem neuen Faden verarbeitet und daraus ein neuer Bezugsstoff gestrickt. „In den kommenden zwei bis drei Jahren werden wir dazu auch die logistischen Fragestellungen gelöst haben, die Matratzen der Wiederverwertung zuzuführen“, erklärt Gerd Breckle. Das Thema ist eng verbunden mit einer europäischen Forderung, dass ab 2025 keine Matratzen mehr in der Müllverbrennung entsorgt werden dürfen.

Matratzen recycelbar

Schon heute sind Breckle-Matratzen CO₂-neutral, ein Novum in Europa. „Mit unserer Entwicklung ist es uns gelungen, den CO₂-Ausstoß im Schäumprozess in der eigenen Schäumerei auf ein technisch mögliches Minimum zu reduzieren. Den Rest kompensieren wir“, sagt Gerd Breckle.

Im letzten Jahr hätte Gerd Breckle mit seinen 300 Mitarbeitern gern auf 30 erfolgreiche Jahre an den Standorten Weida, Bietigheim und Seelbach anstoßen wollen. Das hat die Pandemie verhindert. Aber: „Im nächsten Jahr feiert unsere Unternehmensgruppe 90-Jähriges.“ Dann wird man zu Recht auch wieder über Breckle in Weida sprechen.



Visitenkarte

Breckle Matratzenwerk Weida GmbH

Gründung: 1990

Firmensitz: Weida (Thüringen)

Geschäftsführer: Gerd Breckle

Mitarbeiter: 300

BVMW-Mitglied

www.breckle-weida.de



Ringo Siemon

BVMW Pressesprecher Thüringen

ringo.siemon@bvmw.de



Kultur

Kleines Theater ganz groß

Pack schlägt sich, Pack verträgt sich, aber die Poeten sollten nicht vergessen werden. Auf diese Formel bringt es der Regisseur und Dramaturg des Potsdamer Theaters Poetenpack, Kai Schubert. Für Schubert kennzeichnet dieser Satz den Zusammenhalt der Truppe, ohne den das kleine Theater nicht so erfolgreich geworden wäre.

Vor 23 Jahren gründete Andreas Hueck das Theater Poetenpack. Damals, so erinnert sich Hueck, war er über die festgefahrenen Strukturen bei seinem ersten Theater-Engagement in Magdeburg frustriert. „Es musste immer schnell gehen, es wurde auch genauso schnell wieder abgesetzt, und für kreative Einfälle oder Experimente gab es keinen Raum.“ Als junger Schauspieler ein Theater zu gründen, ohne ausreichende Erfahrung und finanzielle Unterstützung, war wie ein Sprung ins kalte Wasser. Hueck spielte an einem Magdeburger Theater, ein Studienkollege wohnte in Potsdam. Damals sei die Achse Potsdam – Magdeburg entstanden, die bis heute besonders mit Auftritten des Sommertheaters ausgebaut wurde.

Das erste Stück war Shakespeares „Komödie der Irrungen“, eine Verwechslungskomödie, in der zwei vertauschte Zwillingspaare im Mittelpunkt stehen. Die Aufführung fand in der Potsdamer Friedenskirche statt, es war der Start in eine wilde Zeit. Bis heute gastiert das Poetenpack mit seinen Stücken auf vielen Bühnen deutschlandweit von Cuxhaven bis an den Bodensee und hat sich als Tourneetheater einen Namen gemacht.

„Nathan der Weise“ mit Flüchtlingskindern

Als Beispiel für Kreativität und Ideenreichtum gilt die Inszenierung von „Nathan der Weise“. In Lessings Drama aus dem Jahr 1783 erklärt der jüdische Kaufmann Nathan dem muslimischen Sultan die Gleichwertigkeit von Judentum, Christentum und Islam. Das Poetenpack nahm dieses Stück mitten in der Flüchtlingskrise in ihr Programm auf und stellte die Toleranz gegenüber Andersdenkenden in den Mittelpunkt. In die Inszenierung von 2015 integrierte das Poetenpack Schülerinnen und Schüler aus der Potsda-



„Ab in die Sommerfrische“ von Carlo Goldoni (v. li.) mit Julia Borgmeier (Giacinta) und Clara Schoeller (Vittoria).

mer Leonardo da Vinci-Gesamtschule und aus einer Willkommensklasse von Flüchtlingen. Sie zeigten Rituale aus den drei Religionen wie eine katholische Kommunion, das islamische Gebet auf dem Gebetsteppich und eine traditionelle jüdische Hochzeit. Am Ende der Inszenierung wurden typische Gesänge der drei Religionen übereinandergelegt, und so entstand ein neues spannendes Klangbild.

Die Inszenierung war so erfolgreich, dass sie sich nach zahlreichen Anfragen in Pots-

dam auch in viele andere Städte in Deutschland verbreitete, überall mit dem gleichen großen Erfolg.

Das Repertoire des Poetenpacks umfasst inzwischen rund 40 Stücke – von Goethes „Faust“ über Max Frischs „Biedermann und die Brandstifter“, Shakespeares „Romeo und Julia“ bis hin zum „Kleinen Prinz“ von Antoine de Saint-Exupéry. Um den administrativen Part kümmern sich sechs festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



„Nathan der Weise“ mit Schülerinnen und Schülern in Potsdam.

Theater im Park Sanssouci

Einen festen Platz zum Proben und Spielen haben die freischaffenden Künstlerinnen und Künstler erst seit gut einem Jahr mit der Zimmerbühne in der Potsdamer Zimmerstraße. Der Saal hat über 80 Sitzplätze, in Corona-Zeiten knapp die Hälfte, erbaut zu Beginn des letzten Jahrhunderts als Kapelle der Selbstständigen Lutherischen Dreieinigkeitsgemeinde. Doch selbst in Potsdam touren die Poeten von Spielstätte zu Spielstätte. Jeden Sommer dient das Heckentheater am Neuen Palais im Park Sanssouci, das als „Lustbarkeit des Monarchen Friedrich II“ erbaut wurde, als ihre Sommerbühne. In Vor-Corona-Zeiten lockte das Poetenpack Abend für Abend im Schnitt 220 Zuschauer in den Park. In diesem Jahr soll von Ende Juni bis Mitte August gespielt werden. Anschließend geht es wieder traditionell zum Sommertheater an der Möllenvogtei nach Magdeburg.

Die Schauspielerei beim Poetenpack vergleicht Hueck mit einem üppigen Garten. Weil sich hier wilde Natur und gepflegte Schönheit abwechseln, müsse der Garten

stets gehegt und gewässert werden. „Uns alle kennzeichnet eine Mischung aus Energie, Kontinuität, Treue und Flexibilität“, beschreibt er und fügt hinzu: „Materiellen Wohlstand erreicht man hier nur schwer.“

In die Zeit allgemeiner Verunsicherung durch Corona passt aktuell die Wiederaufnahme von „Tartuffe“, der Komödie des französischen Dichters Molière. Tartuffe ist ein Verfechter moralischer Tugenden und sieht sich selbst als wichtigen Ratgeber für die komplexen Fragen des Alltags.

Hueck will auch in den kommenden Jahren Tournee-, Sommer- oder Kindertheater an den unterschiedlichsten Bühnen aufführen. Sein Hauptaugenmerk liegt aber auf der Entwicklung der neuen Spielstätte Zimmertheater. „Wenn sich abends die Frage stellt, zuhause oder Restaurant, und die Antwort dann heißt, lass uns doch mal zum Poetenpack gehen, die machen immer gutes Theater, dann haben wir es mit der Zimmerbühne geschafft.“



Goethes „Faust“ mit Clara Schoeller als Gretchen und Andreas Hueck als Faust.

Visitenkarte

Theater Poetenpack
 Gründung: 1999
 Firmensitz: Potsdam
 Geschäftsführer: Andreas Hueck
 Mitarbeiter: 6
BVMW-Mitglied

www.theater-poetenpack.de



Herbert Beinlich
 BVMW Leiter
 Kreisverband Berlin-Süd,
 Pressesprecher
 Berlin



herbert.beinlich@bvmw.de



FilmTipp

DIE UNBEUGSAMEN

Der Dokumentarfilm stellt mit hoher Präzision den Fortschritt der Pionierinnen im Bundestag dar. Dabei spart er nichts aus. Erschreckend und erheiternd zugleich lässt sich der erschwerte Siegeszug des weiblichen Parlamentarismus bestaunen. Aus dem gibt es kein Zurück mehr.



Verfolgt unerschrocken, ehrgeizig und mit unendlicher Geduld ihren Weg, trotzten Vorurteilen und sexueller Diskriminierung: „Die Unbeugsamen“.

In den 50er Jahren der Bonner Republik beginnt eine eindrucksvolle Reise der ersten Generationen weiblicher Abgeordneter im Bundestag. Sie arbeiten unter dem Motto: „Politik ist eine viel zu ernste Sache, um sie allein den Männern zu überlassen“. Die Frauen sind Heldinnen. Rita Süßmuth (eh. Bundestagspräsidentin), Christa Nickels (eh. Parlamentarische Staatssekretärin) und Helga Schuchardt (eh. Landesministerin) sind nur einige der Größen, die im Film ihre frühen Tage im Parlament reflektieren. Kunstvoll verflochten mit vielen Zeitdokumenten schreitet die Zeit voran. Das Verständnis der Frau im Parlament verschiebt sich von dem Anspruch, die Männer zu ergänzen, rasant zu dem der Gleichberechtigung. Die Interviewten nehmen mit Gelassenheit kein Blatt vor den Mund zu erklären, wie schon ihre reine Gegenwart auf sexistisches Verhalten und gar Übergriffe traf. Selbst politische Schwergewichte wie Heiner Geißler (CDU) können da nicht ausgespart werden. In der Tragik eines pöbelnden Parlaments fällt es dennoch auch leicht, sich auch zu amüsieren. Denn, wie das Publikum schon weiß, zahlen sich Mut, Provokation und die dargestellte Grenzverschiebung aus.

Ein Alltag, den es so nicht mehr geben sollte

Christa Nickels schreitet vom Redepult weg, auf Helmut Kohl zu und legt ihm eine Friedenskette um. Heute ein Lacher, damals ein Eklat. Der Film fühlt sich dabei so gar nicht wie eine klassische Dokumentation an. Denn die Frauen erzählen locker und werden in Schauplätzen wie der leeren Bonner Parlamentskantine nostalgisch. Auch hat es immense Komik an sich, wenn die Frauen schildern, dass sie bei jedem politischen Gespräch darauf achten mussten, ihre männlichen Gesprächspartner nicht mit Kleinigkeiten zu echauffieren. Immer wieder aber wird man mit extremen Szenen an Alltagssexis-

mus erinnert: So zum Beispiel wenn Waltraud Schoppe (Grüne) 1983 in einer Rede die Vergewaltigung in der Ehe anprangert und schallendes Gelächter aus dem Saal erntet.

Für geschichtliche Neuausrichtung

Mit monumentalen Orchesteraufnahmen und großen Zitaten wird dann erst richtig einfangbar, was dem Film gelingt. Er schreibt bundesrepublikanische Geschichte neu: aus der Sicht der Frauen. Diejenigen, die viel Verantwortung trugen, stehen im Mittelpunkt. Es fühlt sich an, als würde eine Hälfte der Geschichte ergänzt. Ein Glück ist: Die Geschichtsschreibung geht weiter. Denn Regisseur Torsten Körner plant, „Die Unbeugsamen“ auch in der früheren DDR zu zeigen.



Die Unbeugsamen

Dokumentarfilm (Deutschland 2021)

Regie: Torsten Körner

Mit: Herta Däubler-Gmelin, Marie-Elisabeth Klee, Ursula Männle, Christa Nickels, Ingrid Matthäus-Maier, Renate Schmidt, Rita Süßmuth u. a.

Majestic Film, ab 10. Februar 2021 auf DVD erhältlich

Marvin-Berfo Günyel

Studentischer Mitarbeiter BVMW
Presse und Öffentlichkeitsarbeit

marvin-berfo.guenyel@bvmw.de



SerienTipp

HERstory

Über Jahrhunderte erzählten und deuteten Männer Geschichte, waren Maß und Norm für Wissenschaft, Rechtsprechung und Ingenieurskunst. Die ARD hat es sich zur Aufgabe gemacht, endlich das ganze Bild zu zeigen.

Die vierteilige ARD-Doku-Reihe „HER-story“ erzählt bewusst Geschichte ausschließlich aus weiblicher Sicht, inspiziert ganze geschichtliche Phasen und fragt: Warum hat sich hier die männliche Sicht der Dinge durchgesetzt und bis heute gehalten? Was wurde verschwiegen, was unterdrückt, und welche Folgen hat das bis heute?

Die Auftaktfolge **„Lebensgefahr – Frauen und Medizin“** zeigt, dass es im Extremfall sogar tödlich sein kann, wenn die Hälfte der Menschheit – nämlich die Frauen – im toten Winkel bleibt. Weil Medizin und Forschung immer noch den Mann als Standard setzen: 70 bis 80 Kilogramm schwer, 1,80 Meter groß – sterben Frauen, obwohl ihr Tod vermeidbar gewesen wäre. Das belegen Unfallstudien, so wurden zum Beispiel Autos ausschließlich mit männlichen Dummys getestet. Ein weiteres Beispiel, mit dem sich der Film befasst, ist der Herzinfarkt, der, wie man heute weiß, keine Männerkrankheit ist. Frauen haben häufig nur andere Symptome. Selbst Medizinerinnen und Mediziner wissen das oft nicht, weil es nicht in ihren Lehrbüchern stand.

In **„Angriffslust – Frauen und Krieg“** kommt unter anderem die ehemalige Hohe Kommissarin der Vereinten Nationen für Menschenrechte, Navanethem Pillay, zu Wort. Als einzige Frau auf der Richterbank am Internationalen Strafgerichtshof für Ruanda hörte sie den Frauen zu, die vom Krieg erzählten. Zum ersten Mal in der Geschichte wurde daraufhin Vergewaltigung als Kriegsverbrechen verurteilt. Hätte die Geschichte einen anderen Verlauf genommen, hätte man den über eintausend Teilnehmerinnen des Internationalen Frauenfriedenskongress 1915 in Den Haag zugehört? Sie forderten schon vor über hundert Jahren das Ende der Kriege und setzten auf Diplomatie.

„Wendeman(n)över – Frauen und der Mauerfall“ erzählt von der Wendezeit nach 1989. Wovon haben die ostdeutschen Frauen geträumt, wie haben sie die Deutsche Einheit erlebt, und was ist aus ihren Hoffnungen und Wünschen geworden? Die Dokumenta-



Ein eigenes Konto eröffnen oder ohne Erlaubnis des Ehemanns arbeiten gehen, das war in Westdeutschland in den 50er Jahren nicht möglich.

tion zeigt größtenteils unbekanntes Archivmaterial, das die Auswirkungen der Zeit nach dem Mauerfall auf das Leben der Frauen bis heute beleuchtet. Die Erwartungen der Frauen waren hoch, doch viele von ihnen wurden schwer enttäuscht.

Der letzte Teil **„Frauenwunder – Frauen und das Wirtschaftswunder“** blickt mit bislang unveröffentlichten Farbfilmen der 1950er und frühen 1960er Jahre mit den Augen der Frauen auf das Wirtschaftswunderland. Wel-

chen Anteil hatten sie am neuen Wohlstand, und inwieweit konnten sie am Wirtschaftswunder überhaupt teilhaben? Der Film zeigt, dass die Erfolgsgeschichte des Wirtschaftswunders und das Klischee der glücklichen Hausfrau und Mutter nur die halbe Wahrheit sind.

Das „Gesetz über die Gleichberechtigung von Mann und Frau auf dem Gebiet des bürgerlichen Rechts“ trat vor knapp 64 Jahren in Kraft. Es gibt noch viel zu tun.



HERstory

ARD-Doku-Reihe 2021

Regie: Julia Friedrichs, Nina Ostersehlte, Andreas Spinrath, Mareike Wilms, Sabine Michel, Linn Sackarnd

Redaktion: Mathias Werth (WDR)

ARD Mediathek bis August 2022

Friederike Pfann
BVMW Redaktion
DER Mittelstand.

friederike.pfann@
bvmw.de



BuchTipps

WEIBLICHE UNSICHTBARKEIT

Wie alles begann

Über weite Strecken der Geschichte sind Frauen unsichtbar – erst recht in der Ur- und Frühgeschichte. Gegner der Gleichberechtigung von Mann und Frau rechtfertigen ihr Weltbild gern mit einem Hinweis auf den vermeintlichen Urzustand der Menschheit. Es sind Männer, die jagten, die Werkzeuge und Waffen erfanden, die Höhlenmalereien hinterließen und als Erfinder zivilisatorischer Errungenschaften gelten. Frauen, so das gängige Bild, kümmerten sich um die Kinder, hielten sich im Heim auf und damit – im Hintergrund. Die Ur- und Frühhistorikerin Marylène Patou-Mathis, die sich vor allem mit ihren Arbeiten zur Archäologie der Neandertaler einen Namen gemacht hat, rückt dieses

Bild gerade und zeigt: Es gibt keine Fakten, die diese Annahmen stützen. Anschaulich und anhand eigener Forschung veranschaulicht sie, dass Frauen schon vor Tausenden von Jahren die Geschichte prägten – und ergänzt die modernen Debatten zum Feminismus um eine längst fällige historische Perspektive. Diese neuen archäologischen Funde haben ergeben, dass prähistorische Frauen mitnichten das unterworfenere Geschlecht waren, zu dem männliche Wissenschaftler der Neuzeit sie gemacht haben. Dieses Buch bietet eine überfällige Analyse der weiblichen Unsichtbarkeit, die den Frauen zu ihrem rechtmäßigen Platz in der Geschichte verhilft.



Weibliche Unsichtbarkeit

Wie alles begann

Marylène Patou-Mathis

Hanser
288 Seiten

24,00 €

Future Angst

Wie wir von Innovationsvorreitern zu Innovationsnachzüglern wurden und wie wir die German Angst überwinden

Dr. Mario Herger

Plassen
528 Seiten

22,90 €



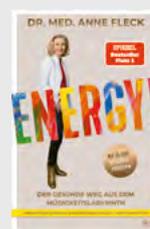
Energy!

Der gesunde Weg aus dem Müdigkeitslabyrinth

Dr. med. Anne Fleck

dtv
431 Seiten

25,00 €



Postcoronomics

Neue Ideen für Markt, Staat und Unternehmen

Michael Frenzel, Matthias Machnig,
Ines Zenke (Hrsg.)

Dietz
360 Seiten

26,00 €



Agile Evolution

Eine Anleitung zur agilen Transformation

Marko Lasnia, Valentin Nowotny

Business Village
299 Seiten

29,95 €



Online-Meetings, die begeistern!

Digitale Rhetorik mit Spaß und Struktur

Andrea Heitmann

Haufe
227 Seiten

29,95 €



Fallstudien zur Digitalisierung im Mittelstand

Reale Unternehmensbeispiele und Handlungsimplikationen

Mit einem Vorwort von Mario Ohoven (†)

F. Müller-Friemauth, J. Hafkesbrink,
M. Schaffner, C. Weber,
S. Weimann (Hrsg.)

Springer Gabler
160 Seiten

39,99 €



Bitte richten Sie Ihre Bestellungen an: **BVMW-Servicegesellschaft mbH, Berlin; servicegesellschaft@bvmw.de; Tel.: 030 533206-572**
Alle Preise ohne Gewähr. Sie erhalten alle Bücher versandkostenfrei.

AppTipps

BookBeat

BookBeat Die Hörbuchflatrate

BookBeat ermöglicht den Zugang zu über 300.000 Hörbüchern und E-Books direkt auf dem Smartphone oder Tablet. Durch das Abonnement kann selbst entschieden werden, wann, wo und wie viel man monatlich hören möchte. Bei BookBeat gibt es Hörbücher für jeden Geschmack in vielen unterschiedlichen Sprachen und Genres. Jeder findet hier sein nächstes Lieblingshörbuch. Alle Bücher kann man herunterladen und offline hören und somit Datenvolumen sparen. Die App ist im App Store sowie im Playstore erhältlich. Der Preis variiert hier je nach Abo.

www.bookbeat.de



oneVcard Die digitale Visitenkarte

Drucken war gestern. Die Zukunft ist digital. 95 Prozent der Papiervisitenkarten landen irgendwann im Müll. Mit einer digitalen Visitenkarte wird auf das Drucken klassischer Papiervisitenkarten verzichtet und somit zur Nachhaltigkeit beigetragen. Ganz einfach eine persönliche digitale Visitenkarte erstellen und diese mithilfe von oneVcard Metal, der smarten NFC Metall Visitenkarte, teilen. Die App lässt sich über die Website für iOS und für Android runterladen.

www.onevcard.de



Slack Das digitale Büro

Slack bringt die gesamte Kommunikation und Zusammenarbeit von Teams an einem Ort zusammen, damit die Arbeit effektiver erledigt werden kann. Durch das Abhaken von Listen lassen sich Projekte vorantreiben, indem die richtigen Leute, Unterhaltungen, Tools und Informationen durch Slack miteinander verbunden werden. Slack ist auf jedem Gerät verfügbar, so ist es möglich, jederzeit auf das Team und die eigene Arbeit zuzugreifen, ganz egal, ob man am Schreibtisch sitzt oder unterwegs ist. Slack ist im App Store sowie im Google Play Store erhältlich.

<https://slack.com/>



Asana Effiziente Projektplanung

Ob kleine oder große Projekte, Asana organisiert die Arbeit so, dass immer klar ist was, wann und auf welche Weise es getan werden soll. Mit Asana lässt sich die Arbeit an einem gemeinsamen Ort erfassen. Einfach die Projektansicht auswählen, die am besten zu dem eigenen Arbeitsstil passt. Aufgaben können ganz einfach organisiert und zugewiesen werden. Mithilfe der Listenansicht weiß jeder, welche Arbeitsschritte zu erledigen sind, welche Aufgaben Priorität haben und wann sie fällig sind. Asana ist kostenlos im App Store und im Playstore zu finden.

<https://asana.com>



Tripit Entspannt reisen

Die Reise-App Tripit ermöglicht, die gesamten Reiseinformationen an einem Ort einzusehen und benachrichtigt auf Reisen immer rechtzeitig über relevante Vorkommnisse. Anders als bei anderen Reise-Apps spielt es keine Rolle, wo gebucht wird – Tripit organisiert die Reisepläne. Einfach die E-Mail-Bestätigungen an plans@tripit.com weiterleiten und die App in wenigen Sekunden einen Reiseplan für jede Reise erstellen lassen. Tripit ist kostenlos im App Store und im Google Play Store verfügbar. Die Pro Version gibt es für 48,99 € im Jahr.

www.tripit.com



Codyo CO₂-Bewusstsein im Alltag

Der Klimawandel ist die größte Herausforderung der Menschheit. Die Codyo Klima-App macht es möglich, die eigenen CO₂-Emissionen langfristig zu verringern. Codyo ist freundlich gestaltet und lässt sich kinderleicht in den Alltag integrieren. Mit einfachen Vorsätzen beginnen, um auf spielerische Art und Weise die CO₂-Emissionen zu verringern. Einzelne Aktivitäten dokumentieren und Erfahrungspunkte sammeln und mit der Analyse des eigenen CO₂-Fußabdrucks starten. Codyo ist im App Store und im Google Play Store kostenlos erhältlich.

<https://codyo.app/>





NACHGEFRAGT

Bettina Stark-Watzinger

Sie wollten schon immer mal Politikerinnen und Politiker besser kennenlernen? Wir stellen Ihnen in dieser Reihe jeweils eine politische Persönlichkeit vor, die einige Fragen zu ihrer Person und ihrer politischen Karriere beantwortet. Dieses Mal die neue Bundesministerin für Bildung und Forschung Bettina Stark-Watzinger.

Welche Person in Ihrem Leben hat Sie am meisten beeinflusst?

Sicherlich meine Eltern, die mir mitgegeben haben, wie wichtig Bildung ist. Und natürlich mein Mann und meine beiden Töchter, mit denen ich immer wieder neue Wege gegangen bin.

Haben Sie ein Lebensmotto?

Ja. Ich halte es mit Kierkegaard: „Verstehen kann man das Leben nur rückwärts, leben muss man es aber vorwärts.“ Für Veränderungen müssen wir also auch den Sprung ins Ungewisse wagen.

Haben Sie Vorbilder?

Ich bewundere Menschen, die mutig sind und für ihre Überzeugungen eintreten. Eine Anekdote ist mir die liebste: Als J. F. Kennedy 1962 Cape Canaveral besuchte, traf er dort auf einen einfachen Mitarbeiter. Auf seine Frage, was er hier tue, antwortete er: „Einen Mann auf den Mond bringen.“ Diese Haltung beeindruckt mich.

Gibt es ein Buch, das Sie besonders beeindruckt hat?

Goethes Faust, allerdings erst nach der Schulzeit. Es hat mir Spaß gemacht, es mit etwas mehr Lebenserfahrung erneut zu lesen. Auch, weil es bis heute im Sprachgebrauch präsent ist.

Ohne welche App könnten Sie nicht leben?

Ich bin viel unterwegs. Daher bin ich für Apps dankbar, mit denen ich trotz der räumlichen Trennung mit Familie und Freunden in Kontakt bleiben kann.

Was ist Ihr Lieblingsort in Berlin?

Die Gärten der Charité sind für mich grüne Ruhepole inmitten der vibrierenden Hauptstadt.

Was essen Sie am liebsten?

Wenn möglich, esse ich frische Gerichte mit Obst und Gemüse. Und ab und zu Gummibärchen, am liebsten mit Ananas-Geschmack.

Bier oder Wein?

Ich trinke lieber Wein.

Was war Ihr Berufswunsch als Kind?

Ich wollte immer Tierärztin werden, denn ich liebe Tiere und bin mit der US-amerikanischen Fernsehserie „Daktari“ aufgewachsen.

Haben Sie jemals an Ihrer beruflichen Entscheidung gezweifelt?

Nein. Ich habe mich immer wieder gerne verändert und weiterentwickelt. Ich sehe es als große Chance, dass wir heute oftmals nicht mehr nur an einer Stelle arbeiten und die Lebensläufe bunter werden.

Was machen Sie in Ihrer Freizeit?

Am liebsten verbringe ich Zeit mit meiner Familie und mit Freunden. Meine Neugier auf andere Länder und Kulturen stille ich durch Reisen, wann immer es mir möglich ist.

Wie stark sind Sie mit Ihrem Heimatort Bad Soden verbunden?

Bad Soden ist meine Heimat. Hier bin ich aufgewachsen und nach wie vor verwurzelt. Meine Familie und die meisten meiner Freunde leben hier.



Visitenkarte

Bettina Stark-Watzinger (Jahrgang 1968) war nach dem Studium der Volkswirtschaftslehre in der Finanzbranche in Frankfurt tätig. Nach einem Auslandsaufenthalt in London (u. a. Familienzeit) wechselte sie in das Bildungswesen. Dort war sie zuletzt Geschäftsführerin eines Forschungsinstituts in Frankfurt. 2017 zog sie für die FDP in den Bundestag ein. Bis zu ihrer Berufung als Bildungsministerin im Dezember 2021 war sie Parlamentarische Geschäftsführerin der FDP-Bundestagsfraktion. Sie ist verheiratet und lebt mit ihrem Mann und ihren zwei Töchtern in Bad Soden.



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

5G
INKLUSIVE¹

Business Mobil Tarife

EXKLUSIVE VORTEILE FÜR BVMW-MITGLIEDER

Profitieren Sie jetzt von besonderen Konditionen bei unseren Mobilfunktarifen!

- 15 % Preisvorteil auf den monatlichen Grundpreis²
- 15 % Preisvorteil auf Endgeräte³
- 15 % Preisvorteil auf Zubehör³
- Einmaliger Bereitstellungspreis von 25,17 € entfällt⁴

Weitere Infos:

- Verbandshotline: **0800 33 06009**
- E-Mail: **verbaende-vorteil@telekom.de**
- In Ihrem Telekom Shop: **telekom.de/terminvereinbarung**



Ihre Verbandsvorteile
im Überblick

Alle Preise netto und zzgl. gesetzlicher USt. Angebot gilt für Berechtigte im Rahmenvertrag TM 195 und für Mitarbeiter von Unternehmen, die jeweiliges Verbandsmitglied der berechtigten Verbände im RV MA 195 sind. Wir behalten uns vor, die Legitimation zu prüfen. 1) Voraussetzung für die 5G-Nutzung ist ein 5G-fähiges Endgerät. 5G ist deutschlandweit bereits an vielen Standorten verfügbar. Infos unter telekom.de/netzausbau. 2) 15 % Verbandsvorteil gilt in Verbindung mit dem Neuabschluss und bei Vertragsverlängerung eines 24-Monats-Vertrags in den Tarifen Business Mobil S bis L ohne und mit Smartphone sowie mit Top-Smartphone. 3) 15 % Verbandsvorteil auf den zzgl. anfallenden einmaligen Kaufpreis für das Endgerät – je nach gewähltem Endgerät und Tarif. Gilt nicht für Premium Smartphones, Apple Endgeräte und Zubehör. 4) Der einmalige Bereitstellungspreis in Höhe von 25,17 € entfällt.

500
Visitenkarten

ab
13,23 €*



* Preis inkl. Druck, Weiterverarbeitung, Versand, gesetzlicher MwSt. und ggf. Servicepauschale

Ihr Aushängeschild im Geschäftsleben

Visitenkarten einfach online gestalten und bestellen.

geschaeftsdruck.cewe.de

cewe