

# DER Mittelstand.

Das Unternehmermagazin

Themenschwerpunkt: Design

# DESIGN IM MITTELSTAND

Transformation verlangt  
Kraft und Mut Seite 8

Einfach sichtbarer werden  
Seite 42





# UNSERE GESUNDHEITS- FÖRDERUNG!

FÜR BETRIEBE

Wir unterstützen Sie im Bereich des betrieblichen Gesundheitsmanagements.

Zahlreiche Maßnahmen zu den Themen Bewegung, Stress, Sucht und Ernährung machen das Thema „Gesundheit“ für Ihre Mitarbeiter/Innen greifbar und spannender. Egal ob hybrid, digital oder vor Ort, wir orientieren uns an Ihren Wünschen.

Zusätzlich besteht die Möglichkeit die Maßnahmen finanziell zu bonifizieren. Details und was zu beachten ist, besprechen wir gerne persönlich mit Ihnen.

→ **Melden Sie sich gerne.  
Wir freuen uns auf Sie.**



**Petra Willmann**  
Leiterin  
Kooperationsvertrieb  
Mobil: 0173 60 16 495  
[petra.willmann@dak.de](mailto:petra.willmann@dak.de)



**André Verheyen**  
Bezirksleiter  
Kooperationsvertrieb  
Mobil: 0172 13 68 480  
[andre.verheyen@dak.de](mailto:andre.verheyen@dak.de)

# Editorial

*Liebe Ukrainerinnen  
und liebe Ukrainer,*



**Markus Jerger**

Der Mittelstand. BVMW Vorsitzender der Bundesgeschäftsführung

kaum zu glauben, es ist wieder Krieg in Europa. Mitten vor unserer Haustür. So liegt schon heute ein Teil der Ukraine in Trümmern – genauso wie unsere Partnerschaft mit Russland. Freundschaften, Geschäftsbeziehungen, Handelswege. Alles, was in den vergangenen 30 Jahren aufgebaut wurde, funktioniert auf einmal nicht mehr, hat sich aufgelöst. Was hingegen da ist, ist die Angst. Die Angst um die Menschen in der Ukraine. Die Angst um die Menschen in Russland. Und die Angst, dass dieser Krieg auf andere europäische Länder, auf uns überschwappen könnte.

Die Katastrophe, die dieser Krieg bislang angerichtet hat, zeigt sich in den Bildern, die die Medien fluten. Sie zeigt sich in der Hoffnungslosigkeit der Flüchtlingsströme, die zunehmend unsere Städte erreichen. Sie zeigt sich aber auch in der Hilfsbereitschaft, die allerorten zu spüren ist – in den zahlreichen Spendenaktionen, die von einzelnen Menschen wie auch von Unternehmen organisiert werden, und die von Kleidersammlungen über Fahrten zur ukrainischen Grenze bis zu ganzen Unterkünften reichen, die den Flüchtlingen zur Verfügung gestellt werden.

Die Auswirkungen der Katastrophe zeigen sich zudem in den wirtschaftlichen Kennzahlen: So haben die deutschen Konjunkturforscher die Wachstumsaussichten für die hiesige Wirtschaft in einem ersten Schritt bereits um bis zu einem Prozent nach unten gesenkt. Zum einen leiden Unternehmen an den abgebrochenen Geschäftsbeziehungen zu ihren russischen Partnern, sie leiden aber vor allem an den hohen Energiepreisen, die in Folge des Konfliktes immer neue Rekordmarken in atemberaubender Geschwindigkeit erklimmen – allein Anfang März verteuerte sich Diesel um 39,9 Cent in nur einer Woche. Und auch der Gaspreis kennt seit Ausbruch des Krieges nur noch eine Richtung: nach oben.

Dabei hat die Wirtschaft schon zuvor zu Recht über die hohen Energiepreise gestöhnt, gerade weil sie ohnehin durch die Corona-Nachwehen mit über Monate eingebrochener Kundennachfrage, extrem hohen Rohstoffpreisen und deutlich gestiegenen Logistikkosten geschwächt war. Die Abhängigkeit von russischen Energiefieberungen und die damit verbundenen exorbitanten Steigerungen der Energiepreise haben sich für viele Mittelständler mittlerweile zu einer existenziellen Frage entwickelt.

Deshalb muss die Bundesregierung unverzüglich eingreifen: Egal ob Energiepreisbremse, Steuerreduzierungen oder temporäre Kostenentlastungen – in dieser Situation darf es keine Denkverbote geben, um Verbraucher wie Unternehmen zu entlasten. Denn wenn jetzt nicht konsequent gehandelt wird, werden wir viele Unternehmen und damit Arbeitsplätze verlieren, die für den Erhalt des mühsam aufge-

bauten Wohlstands in diesem Land notwendig sind. Ein kleiner Lichtblick in dunklen Zeiten ist daher das Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM). Dass das wichtigste Förderprogramm für unsere Unternehmen beibehalten und möglicherweise sogar aufgestockt wird, hat Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck gegenüber unserem Verband bestätigt (Seite 9).

Auch ohne Krieg und Energiepreisexplosion sieht sich die Wirtschaft, sieht sich der Mittelstand aktuell vielen Herausforderungen gegenüber. Da sind die Lieferketten, die nicht mehr einwandfrei funktionieren (Seite 22). Da ist der Rohstoffmangel, der auch ohne den Ausfall Russlands in immer stärkerem Maße den Alltag vieler Mittelständler bestimmt – so ist etwa um einen einfachen Rohstoff wie Papier mittlerweile ein regelrechter Verteilungskampf entbrannt (Seite 21) – und da ist der Fachkräftemangel, unter dem der Mittelstand neben der kostenbelastenden Bürokratie besonders leidet.

Viele diese Punkte haben wir bei unserem Tag des deutschen Mittelstands (Seite 10), der coronabedingt wie im Vorjahr digital stattfand, diskutiert. Dass Sie, liebe Unternehmerinnen und Unternehmen, diese Themen umtreibt, zeigt die große Beteiligung an unserer Veranstaltung: Über 100.000 Teilnehmer haben sich über die unterschiedlichen Portale und Kanäle zugeschaltet. An dieser Stelle daher vielen Dank für Ihr aktives Interesse.

Es fällt angesichts des furchtbaren Geschehens in der Ukraine schwer, sich Aspekten der Ästhetik zuzuwenden. Wir halten dennoch am Hauptthema dieser Ausgabe fest: Design (ab Seite 37). In einer absatzgetriebenen und modernen Welt kommen gutes Design wie Innovationen – die bestenfalls Hand in Hand gehen – eine wachsende Bedeutung für den Erfolg einer Unternehmung zu. Gutes Design macht sichtbar, es unterscheidet vom Wettbewerber, es macht erfolgreicher und trägt zur Umsatzsteigerung bei. Ohne Ästhetik – ob bei Fahrzeugen, bei Smartphones, der Mode oder Webseiten – geht nichts, es ist ein integraler Baustein erfolgreicher Produkte.

Ich wünsche viel Spaß beim Lesen und verbleibe mit der Hoffnung, dass Menschlichkeit in diesen Zeiten die Oberhand behält und das Verständnis zurückkommt, dass die Zusammenarbeit in einer globalen Wirtschaft die beste Zukunft bietet. Kein Krieg ist der größte Sieg!

*MJ.*

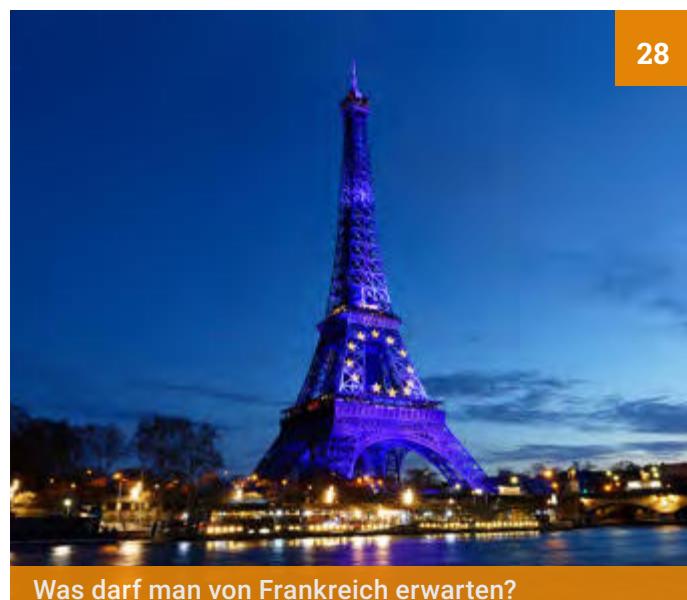


# IN DIESER AUSGABE



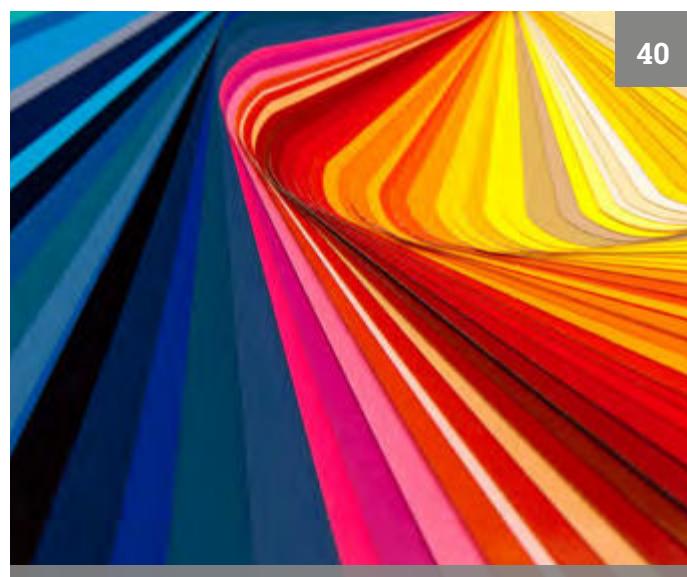
10

Gemeinsam wachsen – Tag des deutschen Mittelstands



28

Was darf man von Frankreich erwarten?



40

Die Qual der Wahl: Rot, Gelb oder Blau?

## DEUTSCHLAND

- 6** News
- 8** Transformation verlangt Kraft und Mut
- 9** Innovationskraft des Mittelstands sichern
- 10** Gemeinsam wachsen – Tag des deutschen Mittelstands
- 14** Her mit der Energiepreisbremse
- 15** Explodierende Energiepreise – Inflation auf dem Vormarsch
- 16** Grüner Strom als Konjunkturbooster
- 18** Zensus: Der Staat braucht Daten
- 20** Dramatischer Fahrermangel – Busbranche startet Kampagne
- 21** Papier wird knapp
- 22** Stolperfalle Lieferkette
- 24** Landtagswahlen im Check

## EUROPA

- 26** News
- 28** Was darf man von Frankreich erwarten?
- 30** Ukraine – von den Folgen des Krieges

## INTERNATIONAL

- 32** Innovative Bildung im Senegal
- 33** Gebaut aus guten Ideen
- 34** Mittelstand als Krisenstabilisator

## SCHWERPUNKT

- 38** Lasst schöne Dinge um uns sein
- 40** Die Qual der Wahl: Rot, Gelb oder Blau?
- 42** Einfach sichtbarer werden
- 44** „Nur eine klare Botschaft kommt beim Kunden an“
- 45** Form folgt Funktion
- 46** Attraktive App & Co.
- 48** Vier Design-Trends für die Kommunikation im Mittelstand
- 50** Klimaschutz durch Produktdesign
- 52** Innovation und Iteration
- 53** Opas Büro ist tot
- 54** User Experience – mehr als nur Design
- 57** Best Practices
- 60** Wie man Design vor Nachahmung schützt
- 62** Produktpiraterie – auf Antrag wird vernichtet
- 63** Impressum
- 64** Freiheit braucht ein Zuhause
- 65** „Es geht um Schönheit und Ästhetik“
- 66** Skandinavien-Style
- 68** Afrikas boomende Textil- und Designindustrie

**BUNDESWIRTSCHAFTSSENAT**

- 73** „Patentabteilungen sollten keine Stiefkinder sein“  
**77** „Wir fühlen uns zu oft allein gelassen“

90

**Neues Unternehmerbild****SERVICE**

- 80** News  
**82** Vorfahrt für Familienunternehmen  
**84** Starke Frauen, starker Mittelstand  
**85** Steuern auf den Punkt:  
 Besteuerung privater Kfz-Nutzung  
**86** „Unternehmer fallen nicht vom Himmel“  
**88** Mit Sicherheit besser gestalten  
**89** Hybrid arbeiten – aber gesund  
**90** Neues Unternehmerbild  
**92** SIA – Sieger für Nachhaltigkeit

**BVMW**

- 94** News  
**99** Fachkräfte in den Sozialen Medien abholen  
**100** IT ist alles  
**101** Bekommen Fische Bauchschmerzen von Plastik?  
**102** Von Peter Pim and Billy Ball zum  
 Online-Lernprogramm  
**104** Mittelstandskompetenz im Bundestag  
**105** Recruiting 5.0

98

**BVMW-Mitglied gelingt Erstbesteigung im Himalaya****KULTUR**

- 106** Kontrolliertes Abenteuer  
**108** FilmTipp: MONOBLOC  
**111** SerienTipp: Abstrakt – Design als Kunst  
**112** BuchTipps  
**113** AppTipps  
**114** Nachgefragt: Dr. Marianne Janik

Liebe Leserinnen und Leser,  
nutzen Sie unseren 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](http://www.bvmw.de)

# Deutschland



## Kurzarbeit wird verlängert

Der vereinfachte Zugang zur Kurzarbeit wird bis zum 30. Juni 2022 verlängert, wie Bundesarbeitsminister Hubertus Heil bekannt gab. Außerdem wurde eine Erhöhung des Kurzarbeitergeldes ab dem vierten beziehungsweise siebten Monat sowie die Verlängerung der Gesamtbezugsdauer von 24 auf 28 Monate angekündigt. Würden diese Regelungen wie bisher geplant Ende März auslaufen, stünden viele Menschen vor der Arbeitslosigkeit, da sich die Kurzarbeit während der Pandemie als verlässliches Instrument zum Erhalt zahlreicher Arbeitsplätze bewährt hat.

[https://bvmw.info/bmas\\_kurzarbeit](https://bvmw.info/bmas_kurzarbeit)



## Heizkostenzuschuss als Reaktion auf hohe Energiepreise

Im Winter sind die Energiepreise stark gestiegen. Um die im Sommer anstehenden Nachzahlungen für Haushalte mit geringem Einkommen abzufedern, bringt die Bundesregierung einen Heizkostenzuschuss auf den Weg. Alleinlebende mit Wohngeld sollen 135 Euro erhalten, Zwei-Personen-Haushalte 175 Euro. Für jedes weitere Familienmitglied kommen 35 Euro hinzu. Für Auszubildende und Studierende mit Bafög sind 115 Euro eingeplant. Rund 710.000 Haushalte mit Wohngeld sowie 485.000 Studierende und Auszubildende könnten von dem Zuschuss profitieren, laut dem Bundesbauministerium.

<https://bvmw.info/heizkostenzuschuss>



## Bedrohung durch Sicherheitslücke

Angesichts einer Sicherheitslücke, die sich in einer weitverbreiteten Software-Bibliothek namens Log4J befindet und die eine Programmzbibliothek für die Programmiersprache Java darstellt, wurde die höchste Warnstufe des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) ausgerufen. Unzählige Server und Onlinedienste nutzen diese kostenlos verfügbare Programmroutine, um Nutzerzugriffe zu protokollieren.

[https://bvmw.info/bsi\\_sicherheitslücke](https://bvmw.info/bsi_sicherheitslücke)



## Geplante Erhöhung des Mindestlohns

Mit der Erhöhung des Mindestlohns ab Januar 2022 wird ein Wahlkampfversprechen der SPD eingelöst. Seit dem 01. Januar 2022 gilt ein gesetzlicher Mindestlohn von 9,50 Euro brutto pro Stunde. Bis 1. Juli 2022 wird er auf 10,45 Euro erhöht. Eine weitere Erhöhung auf 12 Euro zum 01. Oktober 2022 hat das Bundeskabinett im Februar beschlossen. Künftige Entscheidungen über die Erhöhungen des Mindestlohns wird die dafür gegründete Mindestlohnkommission, in der Gewerkschaften und Arbeitgeber vertreten sind, vornehmen.

[https://bvmw.info/destatis\\_mindestlohn](https://bvmw.info/destatis_mindestlohn)





## Stark gesunkene EEG-Umlage

Die EEG-Umlage 2022 beträgt 3,723 ct/kWh. Im Vergleich zum Vorjahr sinkt sie um 2,8 ct/kWh bzw. 43 Prozent. Damit liegt die EEG-Umlage 2022 auf dem niedrigsten Stand seit zehn Jahren – und das trotz einer Verdopplung der EEG-Strommenge von 118 auf 239 Terawattstunden, was einem Anstieg um 103 Prozent entspricht. Die starke Absenkung der Umlage im Jahr 2022 im Vergleich zu den Vorjahren lässt sich im Kern auf die Entwicklung der Strombörsenpreise und auf die Bundeszuschüsse zurückführen. Um die hohen Energiekosten für Verbraucher einzudämmen, plant die Bundesregierung, die EEG-Umlage rasch abzuschaffen.

[https://bvmw.info/eeg-umlage\\_2022](https://bvmw.info/eeg-umlage_2022)



## Ausrüstung Bundeswehr und Soforthilfe für die Ukraine

Der Mittelstand. BVMW bietet der Bundesregierung Unterstützung bei der Modernisierung der Bundeswehr an. Flexibilität, Schnelligkeit und Zuverlässigkeit der mittelständischen Unternehmen können die Einsatzbereitschaft der Bundeswehr beschleunigen. Der Krieg in der Ukraine hat schmerzlich vor Augen geführt, wie wichtig eine verteidigungsfähige Armee ist: Die Bundesregierung hat die Herausforderungen, die Bundeswehr umfassend zu modernisieren, entschlossen angenommen. Die angekündigte 180-Grad-Wende bei der Ausrüstung der Soldatinnen und Soldaten erfordert allerdings eine erhöhte Leistungsfähigkeit der Industrie und entsprechend neue Partnerschaften. Der Mittelstand ist in der Lage zu helfen und bietet der Bundesregierung an, sie mit seinen Fähigkeiten und Kapazitäten zu unterstützen. Die Flexibilität, Schnelligkeit und Zuverlässigkeit der Unternehmen können die Erreichung des Ziels der Einsatzbereitschaft der Bundeswehr beschleunigen. Gleichermaßen gilt für die Sofortmaßnahmen zur Unterstützung der Ukraine. Der Mittelstand. BVMW steht hierfür mit seiner Arbeitskommission Mittelstand und Bundeswehr ab sofort als zentraler Ansprechpartner im Mittelstand zur Verfügung.

Interessenten wenden sich bitte an:

**Hans-Juergen.Voelz@bvmw.de**



## Sofortabschreibung auf EDV-Geräte und Software

Mit einem Schreiben des Bundesfinanzministeriums vom 22. Februar 2022 ist es möglich, ab dem Wirtschaftsjahr 2021 eine Sofortabschreibung für Hard- und Software im Betriebs- und im Privatvermögen vorzunehmen, wenn diese für die Erzielung von Einkünften genutzt wird. Es ist ebenso möglich, solche Gegenstände, die vor dem 1. Januar 2021 angeschafft wurden und deren Abschreibung auf mehrere Jahre begonnen wurde, ab 2021 in voller Höhe abzuschreiben.

[https://bvmw.info/nutzungsdauer\\_computer](https://bvmw.info/nutzungsdauer_computer)



## Ende der Homeoffice-Pflicht

Am 20. März endete die Homeoffice-Pflicht nach §28b Abs. 4 des Infektionsschutzgesetzes. Damit sind Arbeitgeber nicht mehr verpflichtet, ihren Beschäftigten die Arbeit von zuhause aus zu ermöglichen. Das haben Bund und Länder Mitte Februar entschieden. Die Regelung diente dazu, Kontaktzahlen zu reduzieren und die Ausbreitung des Coronavirus zu verringern. Prämisse für die Entscheidung, die Homeoffice-Pflicht aufzuheben, war ein erkennbarer Rückgang des Infektionsgeschehens.

[https://bvmw.info/homeoffice\\_pflicht\\_ende](https://bvmw.info/homeoffice_pflicht_ende)



# Transformation verlangt Kraft und Mut

Pandemie, Lieferengpässe, geopolitische Unsicherheiten: Trotz unsicherer Zeiten rechnet die Bundesregierung mit guten Wachstumsaussichten für das Jahr 2022 und einem Plus des Bruttoinlandsprodukts in Höhe von 3,6 Prozent. Das ist vor allem leistungs- und nervenstarken Mittelständlern zu verdanken.

Gleichwohl gilt es nichts schönzureden. Wirtschaftliche Erholung war und ist kein Selbstläufer. Um krisengeplagte Unternehmen und ihre Beschäftigten durch diese schwierige Zeit zu begleiten, haben wir zum Beispiel den erleichterten Zugang zum Kurzarbeitergeld sowie die Überbrückungs- und Neustarthilfen verlängert. Wie notwendig das ist, sehen wir an der regen Inanspruchnahme unserer Unterstützungsprogramme.

## Weiterentwickeln der Fachkräftestrategie

Ohne Zweifel aber muss unsere Antwort auf die Pandemie mehr sein als bloße Krisenbekämpfung. So gilt es heute auch, unsere Fachkräfte für morgen zu sichern. Das gestaltet sich im Zuge des demografischen Wandels zusehends schwieriger. Daher wird die Bundesregierung die Fachkräftestrategie weiterentwickeln und auf eine Modernisierung der Aus-, Fort- und Weiterbildung drängen. Das Handlungsspektrum ist breit: Es umfasst die Aktivierung des inländischen Arbeitskräftepotenzials, Programme zur Unterstützung von Betrieben bei der Besetzung offener Stellen sowie ein verstärktes Engagement in der „Allianz für Aus- und Weiterbildung“.

Um die Lücken auf dem Arbeitsmarkt zu schließen, müssen wir dringend gefragte Fachkräfte auch aus anderen Staaten gewinnen. Dementsprechend werden wir das Einwanderungsrecht weiterentwickeln und die Anerkennung im Ausland erworbener Qualifikationen erleichtern, Bürokratie abbauen und Verfahren beschleunigen.

## Finanzielle Unterstützung für den Mittelstand

Kompetenzen und Know-how sind und bleiben das wertvollste Kapital eines Unternehmens. Ohne ausreichende finanzielle Ressourcen ließe sich dennoch nicht viel unternehmen. Daher gibt es ein breites Angebot an Finanzinstrumenten im Eigenkapital- und Mezzaninebereich. Zudem haben wir zum Beispiel erst kürzlich die ERP- und KfW-Förderprogramme neu aufgestellt, um besonders kleine und mittlere Unternehmen sowie große Mittelständler finanziell zu unterstützen. Denn erhebliche Investitionen werden erforderlich sein, um die Folgen der Pandemie zu bewältigen und die Transformation der Wirtschaft in den Bereichen Digitalisierung und Dekarbonisierung zu gestalten.

Ich sehe eine große Bereitschaft im Mittelstand, auf das Ziel der Klimaneutralität hinzuarbeiten. Aber auf diesem anspruchsvollen

Weg brauchen Unternehmen mehr Rückenwind. Sie sind angewiesen auf verlässliche Rahmenbedingungen, bezahlbare klimaneutrale Energieträger und zielgerichtete Förderinstrumente. Damit wächst der Anreiz, neue Technologien frühzeitig zu entwickeln und in der Breite einzusetzen. Einen kräftigen Schub hierzu erwarte ich mir vom neuen Klima- und Transformationsfonds. Bessere steuerliche Abschreibungsbedingungen und Möglichkeiten der Verlustverrechnung, die Abschaffung der EEG-Umlage und ein umfassendes Paket zur Bürokratieentlastung – das sind weitere Beispiele dafür, wie wir unternehmerische Handlungsspielräume für Investitionen in Innovationen ausweiten.

**„Deutschland ist gerade deshalb seit Jahrzehnten ein erfolgreiches Industrieland, weil es sich immer wieder bereit und fähig zum Wandel erwiesen hat.**

Bei all dem geht es nicht zuletzt darum, auch künftigen Generationen die Chance auf ein gutes Leben zu bieten. Für traditionsreiche Familienunternehmen ist das geradezu selbstverständlich. Wir können zeigen, dass eine nachhaltige Wirtschafts- und Lebensweise kein überflüssiger Luxus ist, sondern dass sie sich wirtschaftlich rechnet und sie daher auch für andere auf der Welt interessant ist, die heute noch skeptisch sind. Gleichwohl bedarf es noch erheblicher Anstrengungen, um nachhaltige Entwicklung im Sinne der globalen Agenda 2030 voranzutreiben. Dazu will Deutschland auch und besonders seine G7-Präsidentschaft in dieser ersten Jahreshälfte nutzen.

## Faire Rahmenbedingungen

Unsere Erfolge als Exportnation haben viele Namen. Aber auch die bekanntesten Unternehmen sind auf offene Märkte und fairen Wettbewerb angewiesen. Daher setzen wir uns für berechenbare Handelsbedingungen wie auch für soziale und ökologische Standards ein. Wir haben im Zuge der Pandemie erlebt, wie anfällig internationale Lieferketten sein können. Angesichts von Lieferproblemen, Pro-

## Innovationskraft des Mittelstands sichern

„Der starke deutsche Mittelstand ist international längst zum Markenzeichen geworden. Viele mittelständische Unternehmen in Deutschland sind Weltmarktführer, weil sie ideenstark und anpassungsfähig, robust und gleichzeitig agil sind. Wir wollen, dass das auch in Zukunft so bleibt. Digitalisierung, demografische Entwicklung und Klimawandel sind dabei wichtige Zukunftsthemen und Herausforderungen zugleich. Sie erfordern Investitionen, Innovationen und viel Initiative. Täglich beweisen kleine und große Familienunternehmen und Handwerksbetriebe, Freiberufler und Selbstständige, dass sie flexibel und innovativ sind und aktiv genau diese Transformation angehen. Der Staat muss für verlässliche und kluge Rahmenbedingungen sorgen, und natürlich braucht es auch zielgerichtete Förderinstrumente, um die Innovationskraft des Mittelstands auch in Zukunft zu sichern. Wir wollen, dass saubere und innovative Technologien nicht nur frühzeitig entwickelt werden, sondern es auch in Anwendung schaffen. Wir werden daher das wichtige Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM) zügig wieder gut aufs Gleis setzen. Hieran arbeiten wir in den laufenden Haushaltsberatungen mit ganzer Kraft.“



**Dr. Robert Habeck**

Vizekanzler, Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz.

[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)



duktionsausfällen und steigenden Preisen kann die Lehre nur sein: mehr wirtschaftliche Integration, mehr Diversifikation, mehr regelbasierter Handel. Das ist die richtige Antwort, um Abhängigkeiten zu verringern und das Leitbild eines nachhaltigen Wirtschaftswachstums mit Leben zu erfüllen.

Ob global oder national – die Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit verlangt wie jeder andere große Wandel in der Wirtschaftsgeschichte viel Kraft und Mut. Aber Deutschland ist gerade deshalb seit Jahrzehnten ein erfolgreiches Industrieland, weil es sich immer wieder bereit und fähig zum Wandel erwiesen hat. Daher bin ich zuversichtlich, dass wir auch die großen Chancen nutzen können, die die Weiterentwicklung der Sozialen zur Sozial-ökologischen Marktwirtschaft für Wachstum und Beschäftigung mit sich bringt. Hierbei stehen Staat und Unternehmen gleichermaßen in der Verantwortung. Umso mehr liegt mir als Mittelstandsbeauftragter der Bundesregierung daran, nicht nur für und über den Mittelstand zu reden, sondern auch mit ihm. Und umso mehr freue ich mich, mit Unternehmen und Verbänden regelmäßig ins Gespräch zu kommen.



i

### Gut zu wissen

- Die Bundesregierung wird die Fachkräftestrategie weiterentwickeln
- Die Unternehmen sind auf offene Märkte und fairen Wettbewerb angewiesen
- Kompetenzen und Know-how sind das wertvollste Kapital eines Unternehmens

**Michael Kellner**

Parlamentarischer Staatssekretär  
beim Bundesminister für Wirtschaft  
und Klimaschutz  
Mittelstandsbeauftragter der  
Bundesregierung

[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)



# Gemeinsam wachsen – Tag des deutschen Mittelstands

Unter dem Motto „Gemeinsam wachsen“ lud Der Mittelstand. BVMW im Februar zum Tag des deutschen Mittelstands und Jahresempfang. Zu Gast waren hochkarätige Referentinnen und Referenten aus Politik und Wirtschaft.



Bundesfinanzminister Christian Lindner (li.) und Markus Jerer, BVMW-Verbandsvorsitzender.

**M**it über 100.000 digitalen Teilnehmerinnen und Teilnehmern war der Tag des deutschen Mittelstands, der BVMW-Jahresempfang, ein voller Erfolg. Mit dabei waren Vizekanzler **Dr. Robert Habeck**, Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz, sowie **Christian Lindner**, Bundesminister der Finanzen, **Nicola Beer**, Vize-Präsidentin des EU-Parlaments, **I. E. Anne-Marie Descôtes**, Botschafterin der Republik Frankreichs, **Reiner Holznagel**, Präsident Bund der Steuerzahler, und **Daniela Kluckert**, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Digitales und Verkehr und weitere hochrangige Gäste. Das Motto „Gemeinsam wachsen“ ist ein Grundpfeiler der Philosophie des Mittelstands und soll als Leitidee für den Aufbruch aus der Pandemie dienen. „Der Mittelstand ist der wichtigste Innovations-, Ausbildungs- und Beschäftigungsmotor unsers Landes“, betonte Verbandsvorsitzender **Markus Jerger** in seiner Keynote. „Wir sind das Rückgrat der Wirtschaft in unserem Land.“ Die Politik müsse endlich neue investitionsfreundliche und entlastende Rahmenbedingungen schaffen.

In drei Paneldiskussionen nahmen sich unsere Gäste dieser Themen an:

- **Fachkräftemangel im Mittelstand:** Wie wir die Lücke im Arbeitsmarkt schließen
  - **Markthochlauf der Wasserstoffwirtschaft:** Transformationschancen für den Mittelstand – das Gold von morgen
  - **Künstliche Intelligenz:** Wie wir den deutschen Mittelstand fit für das digitale Zeitalter machen. – präsentiert durch Microsoft Deutschland GmbH

## Paneldiskussion: Fachkräftemangel im Mittelstand

Der Fachkräftemangel in Deutschland spitzt sich zu, immer mehr mittelständische Unternehmen leiden unter fehlendem Personal. 54 Prozent der deutschen Mittelständler sehen die größte Gefahr für die Entwicklung des eigenen Unternehmens darin, dass sie nicht genügend geeignete Bewerberinnen und Bewerber finden. Viele Unter-



Dr. Robert Habeck, Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz.



I. E. Anne-Marie Descôtes, Botschafterin der Republik Frankreich.



Reiner Holznagel, Präsident Bund der Steuerzahler.



Dr. Ingrid Nestle MdB, Bündnis 90/Die Grünen.



Diskussionspanel Fachkräftemangel (v. li.): Cathrin Wilhelm (GF BINZ Automotive), Prof. Dr. Enzo Weber (Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung), Esra Limbacher MdB (SPD), Tilman Kuban MdB (CDU), Hagen Wolfstetter (BVMW-Kommission Arbeit u. Soziales).



Diskussionspanel Wasserstoff (v. li.): Dr. Wiebke Lüke (GF der WEW), Kurt-Christoph von Knobelsdorff (GF der NOW), Mark Helfrich MdB (CDU), Dr. Ingrid Nestle MdB (Bündnis 90/Die Grünen) und Dr. Stefan Kaufmann (Bundesbildungssministerium).



Diskussionspanel KI (v. li.): Christian Eichhorn (Co-Founder und Managing Director, SpiNNCloud Systems), Catarina dos Santos Firnhaber MdB (CDU), Daniela Kluckert MdB (FDP), Thomas Langkabel (Microsoft Deutschland), Dr. Frank Riemann (zuse3 – The German AI Association).

nehmen müssen bereits wegen des Mangels an Fachkräften Aufträge ablehnen. Das gefährdet elementar die Wettbewerbsfähigkeit des Mittelstands und damit des Standorts Deutschland insgesamt.

In der Paneldiskussion: „Fachkräftemangel im Mittelstand“ haben die beiden Bundestagsabgeordneten Tilman Kuban (CDU) und Esra Limbacher (SPD) sowie Professor Dr. Enzo Weber (Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, Mitglied im Wissenschaftlichen Beirat des BVMW) und Cathrin Wilhelm (Geschäftsführerin der BINZ Automotive GmbH) über mögliche politische Maßnahmen zur Bekämpfung des Fachkräftemangels diskutiert.

Um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben, so das Fazit der Diskussion, muss das Thema Qualifizierung und Weiterbildung angegangen werden. Auch die Fachkräftezuwanderung muss vereinfacht und bürokratische Hürden abgebaut werden. Nur so kann Deutschland in der Arbeitswelt 4.0 bestehen.

Der Mittelstand. BVMW fordert bereits seit einiger Zeit zur Bekämpfung des Fachkräftemangels mehr Einwanderung von Fachkräften aus dem Ausland. „Wir brauchen die gezielte Einwanderung von Fachkräften, wobei die Betonung auf Fachkräften liegt“, so BVMW-Verbandsvorsitzender Markus Jerger.

### Paneldiskussion: Markthochlauf der Wasserstoffwirtschaft

Die Diskussion zur Frage des Markthochlaufs der Wasserstoffwirtschaft drehte sich vor allem um Technologieexporte, Energieimporte sowie die Förderung und Hürden für die technologische Anwendung. Darauf diskutierten Kurt-Christoph von Knobelsdorff (Geschäftsführer der NOW GmbH – Nationale Organisationsstelle Wasserstoff), Dr. Ingrid Nestle MdB (Bündnis 90/Die Grünen), Mark Helfrich MdB (CDU), Gründerin Dr. Wiebke Lüke (Geschäftsführerin der WEW GmbH) und Dr. Stefan Kaufmann (Bundesministerium für Bildung und Forschung, Innovationsbeauftragter der Bundesregierung für Grünen Wasserstoff). Um die Wasserstoffwirtschaft in Deutschland aufzubauen, sei es entscheidend, dass der innovative Mittelstand bei den Förderungen berücksichtigt werde, betonte Dr. Kaufmann.

### Paneldiskussion: Künstliche Intelligenz

Inwiefern ist Künstliche Intelligenz (KI) auch für den Mittelstand relevant? Wie können die Unternehmen bei der digitalen Transformation unterstützt werden? Über diese Fragen diskutierten die Teilnehmerinnen der Paneldiskussion. Thomas Langkabel, National Technology



Alexandra Rath, BVMW Leiterin der Kreisverbände Düsseldorf und Kreis Mettmann, moderierte die Veranstaltung.

Officer von Microsoft Deutschland, betonte, dass insbesondere für KMU Aufklärung und Bewusstseinsbildung wichtig seien, um auf das Thema KI aufmerksam zu machen. Microsoft werde dabei helfen, Mittelständler aktiv aufzuklären, um gemeinsam herauszufinden, welche Möglichkeiten KI für sie biete. Die CDU-Bundestagsabgeordnete Catarina dos Santos Firnhaber stellte fest, dass KI in Deutschland weniger am Geld, sondern eher an der Umsetzung von Forschung in die Praxis scheitere. Überregulierung von europäischer Ebene bremsen zudem Innovationsfreudigkeit und Vertrauen in KI aus. Die Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Digitales und Verkehr, Daniela Kluckert, machte deutlich, dass der Staat die Nachfrage erzeugen und als Auftraggeber fungieren müsse, damit Forschungsergebnisse erfolgreich in Produkte verwandelt werden können. Sie sprach sich dafür aus, einen Datenrahmen im europäischen Kontext zu schaffen, der spezifisches Datensammeln für KI zu lässt, ohne Datenschutz zu opfern.

Im Videorückblick finden Sie alle Beiträge:

[www.bvmw.de/tag-des-deutschen-mittelstands/](http://www.bvmw.de/tag-des-deutschen-mittelstands/)



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

DAS TRAININGSCENTER  
FÜR ENTSCHEIDER  
IM MITTELSTAND.



# Her mit der Energiepreisbremse

Die Preise für Erdgas, Strom und Öl kennen derzeit nur eine Richtung: nach oben. Deshalb büßen Unternehmen Konkurrenzfähigkeit ein, nicht nur die Verbraucher trifft die Teuerung hart, sondern auch Unternehmen. Hier muss Abhilfe geschaffen werden.

In der an Fahrt aufnehmenden Diskussion um die immer weiter ansteigenden Energiepreise wird der Ruf nach Subventionen immer lauter. Das Drehen an der Subventionsschraube wäre aber der falsche Weg – aus grundsätzlichen ordnungspolitischen ebenso wie aus aktuellen ökonomischen Erwägungen.

Zuallererst empfiehlt sich bei der Diskussion um die Energiepreise ein Blick auf ihre gegenwärtige Zusammensetzung. Beispiel Strompreis: Dieser setzt sich aus drei Komponenten zusammen: aus Steuern und Abgaben, aus den Kosten für die Energieerzeugung und aus den Nutzentgelten. Den Löwenanteil mit 41 Prozent machen dabei Steuern, Abgaben und Umlagen aus. Ausgerechnet der Staat ist also der größte Profiteur einer Entwicklung, die im gleichen Atemzug von nicht wenigen seiner politischen Vertreter öffentlichkeitswirksam beklagt wird. Kurzum: Der Staat trägt zu hohen Preisen massiv bei und erzielt über die Umsatzsteuer gar immer höhere Einnahmen. Über Subventionen würde er dann wiederum einen Teil davon, je nach politischem Gutdünken, wieder abgeben.

## **Steuern und Abgaben reduzieren**

Der Staat muss zuallererst an den Kosten ansetzen, die er selbst verursacht. Das heißt: Steuern und Abgaben deutlich reduzieren! So könnte für Energie und Kraftstoffe zeitweilig der ermäßigte Mehrwertsteuersatz gelten. Eine Halbierung der Energiesteuer, der vormaligen Mineralölsteuer, käme ebenso in Frage wie die Absenkung der Stromsteuer auf das europäische Mindestmaß oder eine Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Steuer auf fossile Brennstoffe. Die Reduzierung der EEG-Umlage zur Ökostromförderung auf null schließlich hätte neben dem Einspareffekt zudem den Charme, dass Bürokratie abgebaut würde, weil die Abrechnung der Umlage entfiel.

Das soziale Gewissen mag beruhigen, dass eine allgemeine Senkung der Energiesteuern gerade die kleinen Leute entlasten würde, weil diese gemessen an ihren Einkünften einen relativ größeren Teil für Energie aufwenden müssen.

## **Weniger Subventionen wäre mehr**

Doch auch die Seite der Subventionen müssen wir uns ansehen. Mehr Subventionen führen immer auch zu einer Erweiterung der Bürokratie, weil ja nicht nur die Auszahlung der Subventionen or-

ganisiert, sondern auch die Ordnungsgemäßheit kontrolliert werden muss. Erneut zeigt sich, dass es deutlich besser wäre, die hohen Energiekosten durch Minimierung der Steuern allgemein zu senken statt die nicht zuletzt durch Steuern verursachten Kosten durch Subventionen an anderer Stelle für einige politisch Erwählte dämpfen zu wollen.

## **Inflation dämpfen**

Neben die ordnungspolitischen Gesichtspunkte tritt zudem ein aktuell ökonomischer Aspekt, denn derzeit ist eine Gefahr gegenwärtig, die wir alle schon lang gebannt glaubten: die Gefahr der Inflation. In einer Zeit, in der wir Inflationsschübe erleben wie schon seit Jahrzehnten nicht mehr, sollte Inflation durch Senkung von Preisen gedämpft werden, statt die Teuerung durch immer mehr Subventionen auch noch zu befeuern.

Wir müssen die Kostenspirale für Bürger und Betriebe durchbrechen. Eine Energiepreisbremse ist das Gebot der Stunde – aus sozialen Gründen und um den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit unserer Wirtschaft zu sichern.

**i**

## **Gut zu wissen**

- Im Januar 2022 lag die Inflationsrate in Deutschland im Vergleich zum Vorjahresmonat bei +4,9 Prozent
- Einfluss darauf haben die Rohstoffknappheit und die hohen Energiepreise

**Kai Wegner**

Landes- und Fraktionsvorsitzender CDU Berlin

[www.kai-wegner.de](http://www.kai-wegner.de)

# Explodierende Energiepreise – Inflation auf dem Vormarsch



LNG-Tanker sollen die Gasversorgung in Europa sichern.

Der Krieg in der Ukraine zeigt, wie abhängig und angreifbar Deutschland in der Energieversorgung ist. Privathaushalte und Unternehmen befürchten massive Preissteigerungen. Der Mittelstand. BVMW fordert ein Eingreifen der Politik.

**B**enzinpreise von über zwei Euro pro Liter und eine Verdopplung der Gaspreise innerhalb kurzer Zeit sind nicht zumutbar und haben sich vielmehr zu einer existenziellen Frage entwickelt. Die Wirtschaft und der Mittelstand insbesondere leiden. Wenn jetzt nicht konsequent gehandelt wird, ist mit zahlreichen Unternehmenspleiten und dem Verlust vieler Arbeitsplätze zu rechnen. Dass der Staat von den hohen Preisen sogar noch profitiert, ist in diesem Kontext unhaltbar. Die Bevölkerung sowie Unternehmen brauchen entsprechende Unterstützung, ob Energiepreisbremse, Steuerreduzierungen oder temporäre Kostenentlastungen. Es darf jetzt keine Denkverbote geben.

50 Prozent der Kohle und 35 Prozent des Öls, das in Deutschland genutzt wird, kommen aus Russland. Bei diesen Zahlen ist grundsätzlich die Frage zu stellen, warum der Staat erst jetzt mit anderen Erdgaslieferanten wie zum Beispiel Katar spricht. Es ist an der Zeit, auch die Fördermengen der Öl-Länder wie Saudi-Arabien zu erhöhen. In Zeiten eines hohen Bedarfs ist es unvertretbar, dass die Fördermenge oftmals heruntergefahren werden, was wiederum zu einem Preisanstieg führt. Der Schaden für die Verbraucher und die Volkswirtschaft ist jetzt schon deutlich sichtbar.



## Energiegipfel gefordert

Schon im Februar hatte der BVMW einen Energiegipfel im Bundeskanzleramt und dazu eine Reform des Steuer- und Umlagesystems sowie der Pendlerpauschale gefordert. Die angekündigte Abschaffung der EEG-Umlage zum 1. Juli ist zwar ein begrüßenswerter erster Schritt, reicht aber nicht aus. Die Kostenexplosion stellt nicht nur energieintensiv produzierende Branchen vor kaum lösbare Probleme. Es besteht akuter Handlungsbedarf, um die Rahmenbedingungen der Energieversorgung zu verbessern und Deutschland im globalen Standortwettbewerb konkurrenzfähig zu halten. Die deutsche Volkswirtschaft wird schon länger durch die hohen Strompreise belastet, und auch die wirtschaftliche Erholung von der Corona-Pandemie wird durch die nun nochmal extrem gestiegenen Energiepreise zusätzlich gehemmt.

## Kritik am Bund

Angesichts des Ukraine-Krieges wird klar, dass sich der Bund insgesamt zu sehr auf Russland als Hauptgaslieferant fokussiert hat – was sich letztlich in den monopolartigen Strukturen auf dem deutschen Energiemarkt widerspiegelt: 55 Prozent des Gases,

## Gut zu wissen

- Der Mittelstand. BVMW fordert von der Bundesregierung einen Energiegipfel
- Benzinpreise sind auf über zwei Euro pro Liter gestiegen, die Gaspreise haben sich verdoppelt
- 55 % des Gases, das in Deutschland genutzt wird, kommen aus Russland

**Nicholas Neu**  
BVMW Pressesprecher,  
Chefredakteur DER Mittelstand.

[nicholas.neu@bvmw.de](mailto:nicholas.neu@bvmw.de)





# Grüner Strom als Konjunkturbooster

Innerhalb der vergangenen zwei Jahrzehnte wurden Erneuerbare Energien im Stromsektor immer systemrelevanter. Mit einem Anteil von 42 Prozent am Bruttostromverbrauch im Jahr 2021 bieten Erneuerbare wie keine andere Technologie die Möglichkeit, dezentral, sauber und verbrauchsnahe Strom zu produzieren. Sie sind damit zu einer wichtigen Säule der mittelständischen Wirtschaft geworden.

Von Solar- über Windenergie bis hin zu Bioenergie, Wasserkraft und Geothermie bieten Erneuerbare das größte Leistungsspektrum in der Stromerzeugung. Zudem gehören sie mittlerweile global zu den kostengünstigsten Technologien. Das sind gute Voraussetzungen, das Ausbautempo der Erneuerbaren Energien entsprechend den Klimazielen in den kommenden Jahren zu vervielfachen. Erneuerbare werden das zentrale Element in der Energieversorgung und damit systemsetzend. Während der Effekt der Marktpreissenkung durch Erneuerbare („Merit Order Effekt“) grundsätzlich positiv für Verbraucher und Wirtschaft ist, wirken sich stetig verringende Erlöse von Erneuerbaren am Strommarkt negativ auf deren Wirtschaftlichkeit aus und begrenzen somit deren Ausbau. Denn in

Förderung (z. B. die Marktprämie) in solchen Zeiträumen gefährdet den wirtschaftlichen Betrieb Erneuerbarer Anlagen. Auch wenn sich derzeit aufgrund hoher Strompreise (verursacht u. a. durch hohe Gaspreise) die Marktsituation für Erneuerbare Energien positiv darstellt, braucht es eine neue Systematik, die die Wirtschaftlichkeit der Erneuerbaren langfristig sichert. Hierfür ist die flexibel steuerbare Leistung im Strommarkt deutlich zu erhöhen. Als Flexibilitätsmaßnahmen kommen Speicher, Verbraucher (Lastmanagement) sowie Erzeuger (Bioenergie, Wasserkraft, KWK) in Frage, die ihre Betriebsweise oder ihr Verhalten an die Einspeisung der Erneuerbaren anpassen.

**„Erneuerbare Energien haben in allen Bundesländern ausreichend Potenziale und bieten ein hohes Maß an Skalierungsfähigkeit.“**

der aktuellen Strommarktsystematik kommt es aufgrund der inflexiblen Fahrweise fossiler Kraftwerke in Zeiten hoher erneuerbarer Einspeisung durch Sonnen- oder Windenergie zu negativen Strompreisen an der Strombörse. Die daraus resultierende fehlende EEG-

## Erneuerbare Energien stärken Wirtschaft und Mittelstand

Die BEE-Studie „Neues Strommarktdesign für die Integration fluktuierender Erneuerbarer Energien“ zeigt, dass Deutschland ausreichend heimisches Potenzial für Erneuerbare Energien besitzt, um die Klimaziele zu erreichen, gleichzeitig Stromexporteur zu bleiben und die Abhängigkeit von Energieimporten zu reduzieren. Das mindert Kosten, stärkt die heimische Wirtschaft und den Mittelstand und löst weitere positive Effekte auf dem Arbeitsmarkt aus. Erneuerbare Energien haben in allen Bundesländern ausreichend Potenziale und bieten ein hohes Maß an Skalierungsfähigkeit. Das heißt, von wenigen Watt eines Solarmoduls auf dem Dach bis hin zu großen Wind- und Solarparks im Bereich von über 100 MW kann sich die Erneuer-



bare Erzeugung optimal an die regionalen Gegebenheiten anpassen. Diese Anpassungs- und Einsatzfähigkeit ermöglicht den perfekten Rahmen zur lastnahen Stromproduktion. So kann auch der benötigte Netzausbau deutlich reduziert werden bzw. lassen sich bei gleichem Netzausbauvolumen mehr Erneuerbare Energien integrieren. Aufgrund der verbrauchsnahen Stromerzeugung sowie durch die zusätzlichen Freiheitsgrade im Netzbetrieb können die im Basisjahr 2020 entstandenen Netz- und Systemsicherheitskosten in Höhe von fast 1,4 Milliarden Euro im Jahr 2030 auf unter 0,3 Milliarden Euro gesenkt werden. Das entspricht einer Kostenreduktion um über 70 Prozent.

Die Sektorenkopplung ermöglicht eine einfache Aktivierung flexibler Leistung. So können sich Elektrolyseure mithilfe ausreichend vorhandener Gasspeicher fast vollständig an der dargebotsabhängigen Einspeisung von Wind- und Solarenergie orientieren. Auch die Umwandlung in Wärme (Power-to-Heat) ermöglicht durch Nutzung von Wärmespeichern (Gebäudehülle, Wassertanks, usw.) ein auf die Erneuerbare Einspeisung ausgerichtetes Verbrauchsverhalten.

### Günstige Energie statt negativer Strompreise

Es entsteht eine „Win-win“ Situation: Erneuerbare werden wirtschaftlich, und die Sektorenkopplung erhält günstige grüne Strommengen. Zusätzlich können negative Strompreise vollständig verhindert werden, was die Wirtschaftlichkeit Erneuerbarer Energien innerhalb der Förderung sicherstellt. Sogar der Bedarf an (Wasserstoff-)Gasturbinen bleibt für die Versorgungssicherheit gering und damit auch hohe Investitionen in die Infrastruktur (u. a. in H2-Gasleitungen).

Die BEE-Strommarktdesignstudie belegt zudem, dass kein zwingender Import von grünem Wasserstoff zur direkten Nutzung für Deutschland stattfinden muss. Die heimische Wasserstoffproduktion im Jahr 2050 übersteigt mit einer Installation von ca. 100 GW deutlich den inländischen Wasserstoffbedarf. Auch der Power-to-

Liquid-Importbedarf kann aufgrund der zusätzlichen heimischen Wasserstoffproduktion zum Teil reduziert werden.

### Sicherung der Klimaziele mit grünem Strom

Erneuerbare Energien und flexibel steuerbare Leistung übernehmen die Systemdienstleistungen heutiger fossiler Kraftwerke. In Verbindung mit ihrem wachsenden Einsatz im Wärme- und Verkehrssektor steigern sie die regionale Wertschöpfung, sichern die Energieversorgung und die Klimaziele. Sie bilden damit eine zentrale Grundlage für einen zukunftsfähigen Wirtschaftsstandort und den deutschen Mittelstand.



i

## Gut zu wissen

- Mit einem Anteil von 42 Prozent am Bruttostromverbrauch 2021 bieten Erneuerbare die Möglichkeit, dezentral, sauber und verbrauchsnahe Strom zu produzieren
- Im Februar 2022 betrug der Anteil Erneuerbarer Energien an der Stromerzeugung in Deutschland rund 55,8 Prozent

**Dr. Simone Peter**  
Präsidentin Bundesverband  
Erneuerbare Energie (BEE) e. V.

[www.bee-ev.de](http://www.bee-ev.de)



# Zensus: Der Staat braucht Daten

In diesem Jahr steht wieder ein Zensus in Deutschland an. Heutzutage ist der Zensus viel mehr als eine Volkszählung. Die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder zählen nicht nur die Bevölkerung. Sie erfassen auch demografische Basisdaten sowie alle Wohngebäude und Wohnungen in Deutschland.

Beim Zensus 2022 werden nicht alle befragt. Diejenigen, die befragt werden, können in den meisten Fällen bequem online antworten.

**D**er Zensus liefert eine präzise Bestandsaufnahme unseres Landes und ist Grundlage für datenbasierte Planungen und Entscheidungen in Politik, Verwaltung und Wirtschaft.

## Grundlage für konkrete Planungen

Die Ergebnisse des Zensus sind eine solide und fundierte Datengrundlage zur genauen Größe der Bevölkerung, der Lebensverhältnisse der Einwohnerinnen und Einwohner sowie dem Gebäude- und Wohnungsbestand in Deutschland, in den Bundesländern, aber auch in tiefer regionaler Gliederung für die einzelnen Gemeinden. Der Zensus dient als Grundlage für gesellschaftliche Planungsprozesse bei Bund, Ländern und Gemeinden – zum Beispiel für die Entwicklung von Infrastruktur. So kann beispielsweise der Bau von Schulen und Kindertagesstätten damit zielgerichtet geplant werden. Außerdem liefert der Zensus wichtige Daten für die Wissenschaft und wird für viele Statistiken herangezogen.

## Der Wohnungsmarkt wird transparenter

Die Bevölkerungszahl ist eine wichtige Basiszahl für politische Entscheidungen, infrastrukturelle Analysen und Planungen. Sie zeigt, wo investiert werden muss. Und die Bevölkerungszahl hat auch ganz konkrete finanzielle Auswirkungen: etwa für den bundesweiten Länderfinanzausgleich, den kommunalen Finanzausgleich und die Fördergelder der EU, die pro Kopf berechnet werden.

Insbesondere die regional unterschiedliche Wohn- und Wohnungs situation kann anhand der Daten wie durchschnittlicher Wohnraumgröße, Leerstand, Leerstandsgrund, Miete oder Eigentümerquote analysiert und zur Planung von Land- und Stadtentwicklung genutzt werden. Dies ermöglicht regionale Wohnungsmarktanalysen und macht den Wohnungsmarkt insgesamt transparenter.

Der Zensus kann aber auch bei anderen ganz praktischen Fragen

zu Rate gezogen werden: Zum Beispiel wurde in der Vergangenheit die Diskussion um Abstandsregeln von Windrädern zu Wohnhäusern in verschiedenen Bundesländern anhand der vom Zensus erhobenen Daten geführt. Die Daten des Zensus helfen, die Auswirkungen von ganz unterschiedlichen Entscheidungen deutschlandweit abzuschätzen.

**„Der Zensus dient als Grundlage für gesellschaftliche Planungsprozesse bei Bund, Ländern und Gemeinden – zum Beispiel für die Entwicklung von Infrastruktur.“**

## Der Zensus wird digitaler ...

Beim Zensus müssen nicht mehr alle Bürgerinnen und Bürger in Deutschland befragt werden. Grundlage für die Datenerhebung sind die vorliegenden Daten aus den Melderegistern. Weil diese nicht immer aktuell und genau sind, gibt es noch ergänzende Stichprobenebefragungen von Haushalten. In Wohnheimen wie Studierendenwohnheimen werden alle Bewohnerinnen und Bewohner befragt. In Gemeinschaftsunterkünften (beispielsweise Unterkünfte für Geflüchtete oder Altersheime) werden die Einrichtungsleitungen stellvertretend befragt. Zur Bestandsaufnahme des Wohnungsmarktes müssen noch alle etwa 23 Millionen Eigentümerinnen und Eigentümer und Verwaltungen von Wohnungen und Wohngebäuden befragt werden. Denn noch gibt es kein bundesweites Register zu Gebäuden und Wohnungen. Alle diese Befragungen werden vorrangig online stattfinden. Für Großeigentümerinnen und Großeigentümer so-



wie Wohnungsunternehmen wird ein elektronisches Verfahren zur Übermittlung der Informationen bereitgestellt. Vom Dateneingang über die Aufbereitung bis zur Bereitstellung der Ergebnisse erfolgen alle Prozesse digital.

Viele Millionen Menschen vertrauen uns ihre Daten an – dieser Verantwortung sind wir uns bewusst. Die gesamte Erhebung erfolgt unter strengsten Vorkehrungen zum Datenschutz und zur IT-Sicherheit. Die personenbezogenen Daten verlassen die amtliche Statistik nicht und werden zum frühestmöglichen Zeitpunkt gelöscht.

#### **... und in Zukunft noch belastungssärmer**

Bis zur nächsten Durchführung 2031 werden wir den Zensus Schritt für Schritt auf ein rein registerbasiertes Verfahren umstellen, bei dem keine zusätzlichen Befragungen mehr nötig sind. Indem wir zukünftig möglichst ausschließlich Daten aus teilweise noch aufzubauenden Registern nutzen, kommen wir auch dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts von 2018 nach.

Langfristig werden dadurch Kosten eingespart. In der Digitalisierung stecken enorme Innovationspotenziale für die amtliche Statistik. Dazu gehören der Einsatz moderner Cloudtechnologien, die Nutzung von Verfahren der Künstlichen Intelligenz oder das Einbeziehen von Satellitendaten.

Nicht zuletzt profitieren die Datennutzerinnen und -nutzer vom Registerzensus. Politikerinnen und Politiker auf allen Ebenen, von den Kommunen bis zur EU, müssen immer schneller und vorausschauender handeln, zugleich aber bürgerorientiert bleiben. Ihr Datenbedarf ist deutlich gewachsen. Mit Hilfe der weiterentwickelten Methode können wir ihnen Zensusergebnisse häufiger und unterhalb der Gemeindeebene bereitzustellen, sodass sie eine noch bessere – weil eben aktuellere und lokale – Datengrundlage haben.



i

## Gut zu wissen

- Der Zensus 2022 ist eine statistische Erhebung. Er ermittelt, wie viele Menschen in Deutschland leben, wie sie wohnen und arbeiten. Außerdem zählt der Zensus alle Wohnungen und Gebäude mit Wohnraum in Deutschland (alle Informationen gibt es auf [www.zensus2022.de](http://www.zensus2022.de))
- In Deutschland findet der Zensus alle zehn Jahre statt. Stichtag und Beginn der aktuellen Befragungen ist der 15. Mai 2022
- Von Mai bis August 2022 werden etwa 30 Millionen Menschen befragt
- Aufgrund der Corona-Pandemie wurde der Zensus von 2021 ins Jahr 2022 verschoben

**Dr. Georg Thiel**

Präsident des Statistischen Bundesamts

[www.destatis.de](http://www.destatis.de)





# Dramatischer Fahrermangel – Busbranche startet Kampagne

An advertisement featuring a smiling man in a denim jacket. To his right is a large blue speech bubble containing the text: "DU FÄHRST LIEBER ZWÖLF TONNEN ALS BÜROSTUHL?". Below this, smaller text reads: "Mit uns fährst du richtig. Entdecke die Karrieremöglichkeiten als Busfahrer\*in: www.diebusunternehmen.de". A small graphic of a bus with the text "WIR FAHREN. UND BEWEGEN WAS. Die deutschen Busunternehmen" is shown. At the bottom right is the logo for bdo (Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmen) with the text "bdo Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmen".

The advertisement features a smiling man in a denim jacket, part of a campaign to address the severe shortage of bus drivers.

In privaten Busgewerbe sind die Auswirkungen des Fachkräfte- mangels dramatisch: 85 Prozent der Unternehmen beklagen einen Mangel von Fahrerinnen und Fahrern. Über 95 Prozent der Bus- mittelständler sind überzeugt, dass sich die Situation sogar noch verschärfen wird. Damit ist die Verkehrswende massiv bedroht: Denn nur mit einer massiven Ausweitung des Busangebots wird es gelingen, zeitnah viele Menschen zum Umstieg vom Auto auf den öffentlichen Verkehr zu gewinnen.

Ohne politische Unterstützung wird die dringend erforderliche Trendwende beim Fahrpersonalmangel nicht zu schaffen sein. „Deswegen muss vor allem der Busführerschein als Grundvoraussetzung flexib-

ler und finanziell tragbarer werden. Der bdo sieht insbesondere im digitalen Fahrschulunterricht und bei der Reduzierung der Pflichtstunden die Möglichkeit, die hohen Ausbildungskosten zu senken, um damit mehr Menschen die Möglichkeit zu geben, etwas zu bewegen und Busfahrer werden zu können“ sagt Christiane Leonard, Hauptgeschäftsführerin des bdo.

Wegen dieser dramatischen Entwicklung haben bdo und Landesverbände eine Kampagne zur Gewinnung von Fahrerinnen und Fahrern gestartet.

Weitere Infos auf der Website der Kampagne:  
[www.diebusunternehmen.de](http://www.diebusunternehmen.de)



# Papier wird knapp

Wer hätte je gedacht, dass 32 Jahre nach der deutschen Einheit die Mangelwirtschaft bei der Papierverteilung auf dem deutschen Papiermarkt zurückkehren wird. Bereits seit dem vergangenen Jahr kämpfen nicht nur Druckereien mit einer massiven Verknappung der Papierkontingente.



Verlage und Druckereien leiden unter der Papierknappheit.

Nicht nur Druckereien, auch Verlage, die werbetreibende Wirtschaft und andere papierverarbeitende Unternehmen sind von der aktuellen Situation ernsthaft bedroht. Die Ursachen liegen wie bei vielen anderen Branchen in erster Linie an massiver Rohstoffknappheit, rasant steigenden Energiekosten und unterbrochenen Lieferketten.

## Streik verstärkt dramatische Lage

Weiter verstärkt hat sich die dramatische Lage durch die Nachricht vom Streik der Arbeiter beim weltweit führenden Papierhersteller UPM in Finnland. Seit dem 1. Januar stehen dort die Papiermaschinen still, und nach letzten Meldungen wird der Streik offenbar mindestens bis zum 2. April fortgesetzt. Das führt europaweit zu einer weiteren massiven Verschärfung der Papierknappheit. Ein Verteilungskampf um das „weiße Gold Papier“ ist in vollem Gange. Laut einer aktuellen Umfrage deutscher Druck- und Medienverbände verzeichnen rund 70 Prozent der Druckunternehmen Umsatzeinbußen, da Aufträge nicht mehr hergestellt werden können. Sollte der Streik nicht kurzfristig beendet werden, hängen nicht nur die betroffenen Druckunternehmen am Tropf, sondern ebenso die Kunden, da vielen Druckereien buchstäblich das Papier ausgehen dürfte. 21 Prozent der betroffenen Betriebe bewerten laut Umfrage die Situation sogar als existenzbedrohend. Nach den drastischen Papierpreiserhöhungen zum Jahreswechsel, bei denen Druckunternehmen und deren Kunden zwischen 60 bis 80 Prozent Steigerungen verkraften mussten, beschleunigt die Streiksituation die Krise auf dem Papier- und Druckmarkt weiter.

## Steigende Energiekosten

Einen zweiten immensen Kostenfaktor stellen die extrem gestiegenen Energiekosten dar. Langfristige Verträge wurden von den Ver-

## i Gut zu wissen

- Im Jahr 2020 lag die Altpapiereinsatzquote in Deutschland bei 79 Prozent
- Von Januar bis Oktober 2021 ist der Altpapierpreis in Deutschland um 78 Prozent gestiegen
- Zellstoff macht den zweitgrößten Teil an Faserstoffen in grafischen Papieren aus

sorgern zum Jahresende willkürlich gekündigt und führen durch den Zwang des Abschlusses deutlich teurerer Stromverträge zu einer Vervielfachung der Energiekosten. Energieintensive Branchen wie die Druckindustrie stellt dies vor nahezu unlösbare Herausforderungen. Die Folgen dieser Krise sind fatal. Die Digitalisierung in der Verlags- und Werbebranche wird sich weiter beschleunigen, und die traditionsreiche Druckindustrie wird europaweit weiter verlieren. So hilft ausgerechnet die Papierindustrie am intensivsten mit, eine Branche abzuschaffen, von der sie selbst lebt.



### Steffen Seifert

Geschäftsführer MÖLLER PRO MEDIA GmbH  
BVMW-Mitglied

[www.moellerpromedia.de](http://www.moellerpromedia.de)





# Stolperfalle Lieferkette

Am 1. Januar 2023 tritt das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, kurz LkSG, in Kraft. Damit kann die Missachtung örtlicher Gesetze zu Kinderarbeit, Menschenrechten oder Umweltschutz, egal ob in China, Pakistan oder Kenia, die Reputation und Bilanzen von Mittelständlern aus Deutschland nachhaltig beschädigen.

In einer global vernetzten Wirtschaft sind die Lieferketten für Produkte und Dienstleistungen über die gesamte Welt verknüpft und beginnen häufig in Schwellen- und Entwicklungsländern. Dabei kommen folgende Szenarien regelmäßig vor: Private Sicherheitsdienste drängsalieren die lokale Bevölkerung. Plantagen beziehen Arbeitskräfte über einen Vermittler und bezahlen schlechte Löhne für überdurchschnittlich lange Arbeitszeiten. Fabriken nehmen es mit den örtlichen Vorschriften für Umweltmanagement und Arbeitssicherheit nicht so genau und kehren entstandenen Schaden durch Schmiergelder unter den Teppich.

## Bürgerkrieg im Handy

Viele Hersteller von Elektronikprodukten beziehen Koltan aus Uganda oder Ruanda; beides Länder, die in Bezug auf die Einhaltung von Menschenrechten als relativ sicher gelten. Wer aber die Grenzregionen dieser Länder zum Kongo besucht, sieht jede Menge Lkw, die mit Koltan aus dem großen Nachbarland beladen sind. Diese gehören chinesischen Händlern, die das Metall dort auch aus den Konfliktregionen einkaufen, wo es den immer wieder ausbrechenden Bürgerkrieg im Osten Kongos mitfinanziert. In Uganda wird es dann mit dem „sauberen“ Koltan vermischt. Europäische Einkäufer glauben, mit ugandischem Metall alles richtig gemacht zu haben, stehen dabei aber unbewusst zwischen politischen Konfliktlinien.

Ab 2023 kann sich die Situation für viele deutsche Unternehmen massiv verschärfen: Das LkSG kann sie für soziale oder ökologische Missstände zur Rechenschaft ziehen. Dabei haben heute weit über

100.000 deutsche Mittelständler im Ausland investiert, davon knapp 30 Prozent in potenziellen Risikogebieten wie China, Afrika, Lateinamerika oder den asiatischen Schwellenländern. Obwohl China einer

**„Dem Gesetz werden sich auch kleinere Firmen nur schwerlich entziehen können, zumindest, wenn sie größeren Unternehmen zuliefern.“**

der wichtigsten Handelspartner Deutschlands ist, sind die Zustände, insbesondere bezogen auf Arbeitsrechte und Arbeitssicherheit, kaum besser oder sogar schlechter als in Afrika. Häufig trifft man in afrikanischen Ländern auf Gruppen chinesischer Arbeiter, die froh sind, eine Zeit lang dort arbeiten und die chinesischen Fabriken hinter sich lassen zu können.

## Kakao und Kinderarbeit

Das LkSG greift ab 2023 zwar erst für Unternehmen ab 3.000 Mitarbeitern und ab 2024 für Unternehmen ab 1.000 Mitarbeitern. Allerdings werden sich auch kleinere Firmen dem Gesetz nur schwerlich entziehen können, zumindest, wenn sie größeren Unternehmen zu-

liefern. Es gilt als sicher, dass Großunternehmen ihre Verpflichtung an ihre jeweiligen Zulieferer weitergeben werden. Aufgrund ihrer risikobehafteten Lieferketten wären insbesondere mittelständische Unternehmen aus den Bereichen Elektronik, Nahrungsmittel, Metalle/metallhaltige Komponenten, Maschinenbau und Textilien betroffen. Deutschland ist einer der größten Kakao-Importeure weltweit. Die Hauptlieferländer sind die Elfenbeinküste, Ghana und Nigeria. Es ist kaum davon auszugehen, dass NGOs dort keine Fälle von Kinderarbeit, schlechter Bezahlung oder negativer Umweltauswirkungen finden werden. Überall in Afrika sind Kinder gezwungen, mit ihrer Arbeit ihre Familien finanziell zu unterstützen. Hier eine Verbindung zu Exporten nach Deutschland zu konstruieren, ist recht einfach, selbst wenn dies faktisch nicht den Tatsachen entsprechen würde.

Neben den Haftungsrisiken existieren auch schwerwiegende Reputationsrisiken. So wurde beispielsweise durch die europäische Menschenrechtsorganisation *European Center for Constitutional and Human Rights* (ECCHR) im September 2021 Strafanzeige gegen mehrere namhafte deutsche Unternehmen (u.a. Hugo Boss und Lidl) gestellt. Der Vorwurf: Sie beziehen Baumwolle und Baumwollprodukte aus China, die durch von Uiguren geleistete Zwangsarbeit hergestellt würden. Während die Beweislage noch dürrig ist, hat sich eine ganze Reihe europäischer Firmen dazu bekannt, sich aus der Region zurückzuziehen. Auch wenn die deutschen Firmen eine strenge Policy gegen Zwangsarbeit hatten, so ist das im Sumpf intransparenter Verstrickungen nicht ausreichend. Umso wichtiger ist die Anwesenheit und Kontrolle vor Ort.

### Die Chancen einer rechtzeitigen Anpassung

So unangenehm die Aufgabe ist, die auf die Unternehmen zukommt, so unausweichlich ist sie. Schließlich werden sie ihre Lieferketten einer Art Inventur unterziehen müssen. So kann ein Zuliefereraudit mangelnde Qualitätskontrollsysteme aufdecken, die früher oder später zu unzureichenden und fehlerhaften Produkten führen könnten. Zusätzlich haben Unternehmen im Rahmen der Anpassung an das LkSG die Chance, eine starke Position in Zeiten erhöhter rechtlicher Anforderungen und ebensolcher Ansprüche der Konsumenten und der Öffentlichkeit aufzubauen. Zulieferer, die sich möglichst sozial-

und umweltkonform positionieren, nehmen ihren Kunden mögliche Sorgen ab und heben sich so gegenüber weniger konformen Wettbewerbern positiv hervor.



i

## Gut zu wissen

- Auch die EU arbeitet an einem Gesetzesentwurf zum Thema Sorgfaltspflicht entlang der Lieferketten. Es wird mit einer Einführung ab 2024 gerechnet
- Unternehmen sollten sich rechtzeitig der Umsetzung widmen, da alle Parameter wie Risikoanalyse, Risikomanagement oder Beschwerdemechanismus bis Januar 2023 etabliert und funktionsfähig sein müssen
- Dem Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) obliegt die behördliche Überwachung

**Dr. Christoph U. Eichel**  
Vorsitzender der Geschäftsführung  
Solitaire Advisory GmbH  
**BVMW-Mitglied**

[www.solitaireadvisory.com](http://www.solitaireadvisory.com)



**Dr. André Ufer**  
Senior Advisor  
Solitaire Advisory GmbH  
**BVMW-Mitglied**

[www.solitaireadvisory.com](http://www.solitaireadvisory.com)



Anzeige

**KLEUSBERG**

## Gebaut für Ihre Zukunft.

Bürogebäude, so individuell wie Ihre Anforderungen.

Modulares Bauen von KLEUSBERG bietet ganz neue Möglichkeiten und Antworten auf die Fragen unserer Zeit. So schaffen wir für Ihr Bauvorhaben innovative Freiräume mit Kostensicherheit und Termingarantie. Alles unter [kleusberg.de/modulbau](http://kleusberg.de/modulbau)



+  
KLEUSBERG Modulbauweise jetzt mit allgemeiner Bauartgenehmigung vom DIbT. Vereinfacht die Genehmigung, bietet maximale Sicherheit beim Brandschutz: [kleusberg.de/abg](http://kleusberg.de/abg)

Bürogebäude EWM Mündersbach | Böhm Hahn Architekten

# Landtagswahlen im Check

Im Mai werden in Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen neue Landtage gewählt. Der Mittelstand. BVMW hat sich die Herausforderungen in beiden Bundesländern angesehen und einen Wahlcheck für Sie erstellt.



## Landtagswahl in Schleswig-Holstein

Am 8. Mai 2022 ist ein besonderer Tag in Schleswig-Holstein: Es sind Landtagswahlen. Im nördlichsten Bundesland gibt es etwa 123.000 Unternehmen, davon gehören nur knapp 400 Unternehmen nicht dem Mittelstand an. Rund 75 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Schleswig-Holstein arbeiten im Mittelstand. Diese Zahlen zeigen, dass das Land von einem starken und innovativen Mittelstand zusammengehalten wird.

Schleswig-Holstein ist für die Landtagswahlen in 35 Wahlkreise eingeteilt. Seit der letzten Landtagswahl 2017 führt CDU-Ministerpräsident Daniel Günther das Land. Günther stellt sich im Mai zur Wiederwahl. Die SPD will Günther mit Spitzenkandidat Thomas Losse-Müller herausfordern, die FDP nominierte Bernd Buchholz und Bündnis 90/Die Grünen Finanzministerin Monika Heinold. Die Linken treten mit Spitzenkandidatin Susanne Spethmann an, die AfD mit Jörg Nibis und der Südschleswigsche Wählerverband (SSW) mit Lars Harms.

Mit unserem Wahlcheck zur Landtagswahl zeigen wir auf, welche Weichenstellungen es benötigt, damit Schleswig-Holstein die anstehenden Herausforderungen erfolgreich bewältigen kann:

### Entbürokratisieren und Mittelstand entlasten

- Kleine Unternehmen von Melde- und Berichtspflichten befreien
- Anträge jeglicher Art müssen auch in digitaler Form gestellt werden können

### Infrastruktur und Investitionen

- Bestehende weiße Flecke bei der IT-Infrastruktur zügig mit Breitband versorgen
- Die vom Bund bereitgestellten 300 Millionen Euro für den Ausbau und Erhalt der Straßeninfrastruktur klug und zielgerichtet einsetzen

### Moderne Bedingungen für ein modernes Unternehmertum

- Flächendeckende Einbindung des unternehmerischen Denkens in die Lehrpläne
- Förderung von Schulfirmen, mehr Kooperation der Schulen und Hochschulen mit dem Mittelstand

### Bildung und Fachkräfte sicherung

- Ausweitung der Investitionen in Infrastruktur, Ausstattung der Schulen und die entsprechenden Aus- und Weiterbildungsprogramme

### Tourismuswirtschaft stärken

- Krisensicheres Fundament für die Branche
- Langfristig müssen Lösungen für Fachkräftemangel, Digitalisierung und eine nachhaltige Entwicklung der Tourismusbranche gefunden werden

### Energiewende aktiv gestalten

- Der Eigenverbrauch sollte von hemmenden Abgaben befreit werden
- Verbesserung der Rahmenbedingungen



## Gut zu wissen



Den ausführlichen Wahlcheck für Schleswig-Holstein finden Sie zum Download unter:  
[https://bvmw.info/wahlcheck\\_schleswig-holstein](https://bvmw.info/wahlcheck_schleswig-holstein)

i



## Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen

Die Wahl des nordrhein-westfälischen Landtags am 15. Mai 2022 stellt einen wichtigen politischen Termin dar. Der Mittelstand in Nordrhein-Westfalen (NRW) ist aufgrund der Bevölkerungsstärke des Bundeslandes ein enorm wichtiger Antriebsfaktor für die dortige Wirtschaft. Rund 730.000 kleine und mittlere Unternehmen bilden das wirtschaftliche Rückgrat des bevölkerungsreichsten Bundeslandes. Das sind 99,3 Prozent aller Unternehmen im Land mit Umsatz aus Lieferung und Leistungen und/oder Beschäftigten. Etwa 52 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind in kleinen und mittleren Unternehmen tätig.

Wer sind die Spitzenkandidatinnen und -kandidaten in Nordrhein-Westfalen? Ministerpräsident und Vorsitzender der CDU Nordrhein-Westfalen, Hendrik Wüst, tritt als Spitzenkandidat für die CDU an. Die FDP nominierte Joachim Stamp, die SPD Thomas Kutschaty. Für Bündnis 90/Die Grünen tritt Mona Neubaur an, für Die Linken Carolin Butterwegge und für die AfD Markus Wagner.

Mit unserem Wahlcheck zur Landtagswahl zeigen wir auf, welche Weichenstellungen es benötigt, damit Nordrhein-Westfalen die anstehenden Herausforderungen erfolgreich bewältigen kann:

### Entbürokratisieren und Mittelstand entlasten

- Die Entfesselungspakete waren ein erster nötiger Schritt für den Bürokratieabbau in NRW, dieser Weg muss konsequent weitergeführt werden

### Infrastruktur und Investitionen

- Um die Staugefahr zu verringern, müssen mehr Waren und Personen auf die Schiene gebracht werden
- Die Infrastruktur muss schleunigst modernisiert werden

### Moderne Bedingungen für ein modernes Unternehmertum

- Neben der Förderung von Startups sollten auch Unternehmensübernahmen gefördert werden

### Bildung und Fachkräfte sicherung

- Pilotprojekte starten, um ausländische Fachkräfte zu gewinnen und in die Betriebe zu integrieren
- Um die Qualifizierungslücke zu schließen, plädiert Der Mittelstand BVMW für Steuererleichterungen

### Strukturwandel aktiv gestalten

- Die Wirtschaftsfähigkeit des Standortes muss weiter ausgebaut werden
- Die Unternehmen müssen die nötige Unterstützung erhalten, um im Rahmen des Wandels bestehen zu können

### Energiewende und Versorgung

- Um die Energieversorgung zu gewährleisten, muss neben Importen von Strom aus Nachbarländern auch der Ausbau von Erneuerbaren Energien beschleunigt werden
- Stärkere Förderung der Energieeffizienz
- Den Unternehmen muss weiterhin gewährleistet werden, den eigenproduzierten Strom zu Selbstkosten zu verbrauchen


*i*

## Gut zu wissen



Den ausführlichen Wahlcheck für Nordrhein-Westfalen finden Sie zum Download unter:  
[https://bvmw.info/wahlcheck\\_nrw](https://bvmw.info/wahlcheck_nrw)

## Europa



### Mehr Zeit für Schuldenabbau?

Nach den Maastricht-Kriterien müssen EU-Länder mit einem Schuldensstand von über 60 Prozent ihrer Wirtschaftsleistung die Differenz zum Zielwert innerhalb von 20 Jahren abbauen. Das aber – so befürchten viele Staaten – könnte zu Lasten dringend benötigter Investitionen gehen. Die Regel dürfe nicht einem Umbau hin zu mehr Digitalisierung und Klimaneutralität im Wege stehen, meint EU-Kommissionsvize Valdis Dombrovskis. Gerungen wird nun um eine längere Zeitspanne von 30 Jahren und mehr. Eine Staatengruppe, angeführt von Österreich, stemmt sich gegen eine solche Aufweichung. Brüssel wartet nun gespannt darauf, wie sich der neue deutsche Finanzminister in dieser Frage positioniert.

[smava.de/eurozone-schulden-uhr/](http://smava.de/eurozone-schulden-uhr/)



### Milliarden für Chip-Produktion

Weniger als zehn Prozent der weltweit hergestellten Chips stammen aus Europa. Nun will die EU-Kommission bis 2030 den Anteil auf 20 Prozent steigern. Doch reichen die geplanten Investitionen von bis zu 43 Milliarden Euro aus, um wettbewerbsfähig zu werden? Südkorea, neben Taiwan ein Marktführer in der Chip-Produktion, investiert im gleichen Zeitraum fast 350 Milliarden. Unter den zehn größten Chip-Produzenten der Welt befindet sich heute nur eine europäische Firma: Infineon aus München. Statt bei der Förderung aufs Tempo zu drücken, wirkt Europas Digitalstrategie auch bei Themen wie Künstliche Intelligenz oder „Big Data“ in Unternehmen eher blass und unentschlossen.

[halbleiter.org/chipfertigung/](http://halbleiter.org/chipfertigung/)



### Europäischer Blickwinkel für Medien

Die Gründung eines europäischen Newsrooms wird von der EU-Kommission mit 1,8 Millionen Euro unterstützt. Sie will damit die grenzüberschreitende Zusammenarbeit der Medien stärken und verweist auf den Erfolg gemeinsamer Recherchen, etwa die Aufdeckung von Steueroasen in der Welt. „Wenn 16 Nachrichtenagenturen mit ihren nationalen Blickwinkeln auf Europa einen gemeinsamen Newsroom nutzen, profitieren alle von der Vielfalt an Perspektiven“, sagt Peter Kropsch, Vorsitzender der dpa-Geschäftsleitung. Aus den Mitteln werden auch Fortbildungsseminare für Journalisten gefördert.

<https://www.dpa.com>



### Roaming-Gebühren fallen weg

Für Gespräche, SMS und Datenaustausch mit Mobiltelefonen im europäischen Ausland fallen bis 2032 keine zusätzlichen Gebühren an. „Wir haben sichergestellt, dass diese Vorteile weitere zehn Jahre erhalten bleiben“, erklärte die Executive-Vizepräsidentin der Kommission Margarethe Vestager. Die Roaming-Gebühren entfallen seit Juni 2017 in den 27 EU-Mitgliedsstaaten sowie in Island, Norwegen und Liechtenstein. Da beim Roaming jetzt auch weitgehend 5G-Dienste in Anspruch genommen werden, konnte die EU dafür sorgen, dass nicht nur die bisherigen Vorteile erhalten blieben, sondern auch die Qualität gesteigert wurde.

[finanztip.de/handyvertrag/roaming](http://finanztip.de/handyvertrag/roaming)





## EU ringt um Atomenergie

Derzeit wird in der EU heftig um die Einstufung der Atomkraft als „grüne Energie“ gerungen. Vor allem Frankreich mit seinem hohen Atomstromanteil von 70 Prozent macht sich dafür stark. Dagegen spricht sich nicht nur Deutschland, sondern noch unmissverständlich Österreich aus, das mit einer Klage droht und bereits ein umfassendes Rechtsgutachten in Auftrag gegeben hat. Es wirft der EU-Kommission eine „Nacht- und Nebel-Aktion in Richtung Greenwashing von Atomkraft“ vor. Dabei wird häufig übersehen, dass auch die EU-Kommission die Atomkraft nur unter strengen Voraussetzungen in das Regelwerk für eine grüne Taxonomie aufnehmen will. So müsse bis 2050 dieendlagerung des Reaktorabfalls in Europa sichergestellt sein.

[global2000.at/karte-atomkraft-europa](http://global2000.at/karte-atomkraft-europa)



## Brexit-Folgen: Ungeduld wächst

Die britische Regierung will sich so schnell wie möglich von allen EU-Regeln verabschieden. Ein neues „Brexit-Freiheiten-Gesetz“ soll den Sonderstatus des EU-Rechts beenden und sicherstellen, dass diese Rechtsvorschriften leichter geändert oder aufgehoben werden können. Dass dieser Versuch die Stimmung im Land drehen wird, scheint eher unwahrscheinlich. 60 Prozent der Briten beurteilen heute den Brexit negativ, sogar 42 Prozent der ehemaligen Austritts-Befürworter. Unzufrieden ist auch die EU, die noch immer nicht den vereinbarten vollen Zugriff auf die britischen Daten hat, um den Handel über die irische See zu überwachen.

[www.lpb-bw.de/brexit](http://www.lpb-bw.de/brexit)



## Brüssel will Lieferkettenrecht verschärfen

Am 1. Januar 2023 tritt das deutsche Lieferkettengesetz (LkSG) in Kraft. Es betrifft Unternehmen ab 3.000 Mitarbeiter, ein Jahr später sinkt die Schwelle auf 1.000. Jegliche Formen von Zwangsarbeit, Niedriglöhnen, Umweltschäden, Missachtungen von Arbeitsschutz, etc. müssen überprüft und ausgeschlossen werden. Das bedeutet erheblichen personellen und administrativen Mehraufwand. Der wird steigen, sollte der Kommissions-vorschlag zur Lieferketten-Richtlinie, der auch die Einhaltung von Klimaschutzzieleien vorschreibt, umgesetzt werden. Brüssel will bereits Unternehmen mit über 500 Beschäftigten und einem Nettoumsatz von über 150 Millionen Euro einbeziehen. „Der Vorschlag übertrifft unsere schlimmsten Befürchtungen“, sagt MdEP Markus Pieper von der EVP-Fraktion. Nach seinen Berechnungen wären allein in Deutschland 14.000 Betriebe davon betroffen. [markus-pieper.eu](http://markus-pieper.eu)



## Erfolgsprogramm Erasmus

Über 44.000 junge Menschen aus Deutschland haben 2019/20 am Erasmus+ Programm teilgenommen, davon 36.000 Studierende und 8.000 Auszubildende. Im gleichen Zeitraum haben 29.500 junge Menschen aus dem Ausland in Deutschland dieses Erfolgsprogramm genutzt. Über das Programm Erasmus+ können auch Schulen und Berufsbildungseinrichtungen über einen Zeitraum von drei Jahren Zuschüsse von bis zu 30.000 Euro beantragen, um das Wissen über die Europäische Union zu vertiefen. Die Mittel müssen zentral bei der Exekutivagentur (EACEA) der Europäischen Kommission in Brüssel beantragt werden. An dem Programm nehmen nicht nur die 27 EU-Länder teil, auch Island, Liechtenstein, Norwegen, Nordmazedonien und die Türkei sind dabei.

[www.erasmusplus.de](http://www.erasmusplus.de)



# Was darf man von Frankreich erwarten?

Frankreich hat am 1. Januar für das erste Halbjahr 2022 den Vorsitz des Rats der Europäischen Union übernommen. Auch unter widrigen Umständen sollten wir mehr Europa wagen.



**D**ie französische Ratspräsidentschaft ist spektakulär gestartet: Der Eiffelturm war zu Jahresbeginn in eine Lichtprojektion der blauen Europafahne eingehüllt. Emmanuel Macron hat zum Auftakt der EU-Ratspräsidentschaft im Januar 2022 erneut die strategische Autonomie und Souveränität Europas betont. Und das Motto der französischen Ratspräsidentschaft ist vielversprechend: „Relance, Puissance, Appartenance“, Neustart, Macht und Zugehörigkeit für Europa. Im Juni 2022 soll unter französischer Ratspräsidentschaft die „Konferenz zur Zukunft der Europas“ zum Abschluss gebracht werden, im Rahmen derer im letzten Jahr rund 300.000 durch Zufallsprinzip ausgewählte europäische Bürgerinnen und Bürger mittels moderierter Bürgerforen ihre Ideen für die Zukunft entwickelt und zu Papier gebracht haben – teilweise mit weitreichenden Forderungen, etwa einer europäischen Armee, einer europäischen Arbeitslosenversicherung oder einer harmonisierte europäische Besteuerung für Bürgerinnen und Bürger und Unternehmen.

## **„Selten schien die EU politisch, wirtschaftlich und sozial so auf Treibsand gebaut wie derzeit.“**

### **Mehr Autonomie und Souveränität**

Es liegt in der Luft, dass die EU nach den zermürbenden Jahren der Pandemie, deren Epizentrum Europa über lange Monate war, einen Aufbruch braucht. Ein zentraler Baustein dafür ist das Rettungspaket European Rescue Package von 750 Milliarden mit dem Titel „Next Generation Europe“, das die EU im Juli 2020 geschnürt hat, um die europäischen Volkswirtschaften durch die Pandemie zu bringen und das den europäischen Haushalt um 0,6 Prozent auf nunmehr insgesamt 1,5 Prozent des europäischen BIP erhöht hat. Ob sich das Rescue Package als Einstieg in eine europäische Fiskalunion erweisen wird, wofür sich Olaf Scholz zumindest 2020 als Finanzminister noch öffentlich stark gemacht hat, und ob Europa daraus neue wirtschaftliche Kraft und Geschlossenheit wird schöpfen können, wird sich jedoch erst noch zeigen müssen. Generell hat die Pandemie die geostrategischen und geoökonomischen Parameter eindeutig in Richtung China und die USA verschoben. Europa gehört politisch wie wirtschaftlich eher zu den Verlierern des pandemischen Geschehens, sein Aufbruch nach der Zäsur lässt auf sich warten, während China schon wieder deutlich wächst und große Teile der USA Corona längst hinter sich gelassen haben. Wenn das europäische Einigungssprojekt – und die europäische Wirtschaft – darunter mittelfristig nicht leiden sollen, wäre es notwendig, Europa beziehungsweise die EU jetzt ein Stück weit in Richtung politische Autonomie und Souveränität zu führen. Genau das hat Emmanuel Macron vor.

### **Präsidentenwahl mit ungewissem Ausgang**

Dennoch steht die französische Ratspräsidentschaft unter schwierigen Vorzeichen, und zwar in mehrfacher Hinsicht. Zum einen sind im April Präsidentenwahlen in Frankreich und die Wiederwahl Macrons ist möglich, aber keinesfalls gesichert. Schon jetzt ist klar, dass die Stichwahl nur eine Wahl zwischen mitte-rechts und populistisch beziehungsweise extrem rechts ist: das Parteiensystem in Frankreich ist seit langem äußerst fragilisiert – wie überhaupt das ganze Land –, und es muss wieder von einer sehr geringen Wahlbeteiligung ausgegangen werden. Zum jetzigen Zeitpunkt scheinen sowohl eine Stichwahl gegen Valérie Pécresse, der derzeitigen Präsidentin der

Region Ile de France von den Republikanern beziehungsweise Gaullisten, als auch gegen Marine Le Pen und sogar Eric Zemmour möglich. Gegen Pécresse könnte Macron verlieren, weil die Gaullisten im Land eine bessere Parteienbasis haben. Die Macron-Bewegung La République en Marche ist nicht viel mehr als ein hybrider Wahlverein, ohne Verankerung in der französischen Provinz. Kurz: Macron hat keine Basis. In Deutschland wurde über lange Jahre konsequent übersehen, in welcher politischen und sozialen Morosität sich das französische Nachbarland befindet (Stichwort: „Gelbwesen“), sonst hätte man vielleicht nicht so leichtfertig die europäischen Vorschläge ausgeschlagen, die Macron immer wieder unterbreitet hatte.

### **Der deutsch-französische Motor stottert weiter**

Der Ukraine-Konflikt dürfte das deutsch-französische Tandem (das eh schon aufgrund der problematischen Taxonomie-Entscheidung über Atomkraft und Gas als nachhaltige Energiequellen angeschlagen ist) trotz der Bemühungen um ein gemeinsames Auftreten im Rahmen des Normandie-Formates weiter auseinandertreiben, ist doch die Entscheidung über einen Stop der Nord Stream-Pipeline zentral in diesem Konflikt, und Deutschland hat hier eben dezidiert nationale – ökonomische – Interessen, auf die zu verzichten es sich zierte. Ob Macron hier im Rahmen der französischen EU-Ratspräsidentschaft politische Akzente setzen können, muss mehr als bezweifelt werden. Die anderen offiziellen Akteure der EU, zum Beispiel EU-Ratspräsident Charles Michel, der auch für die EU-Außenbeziehungen zuständig ist, kommen in dem Konflikt de facto nicht vor.

### **Was heißt das für die französische Ratspräsidentschaft**

Selten stand die EU mehr vor der Notwendigkeit, ihre politische und strategische Emanzipation in Angriff zu nehmen. Doch selten schien die EU politisch, wirtschaftlich und sozial so auf Treibsand gebaut wie derzeit. Die wirtschaftlichen Kollateralschäden der Pandemie (vor allem für den Mittelstand und die kleinen Gewerbetreibenden) sind noch nicht sichtbar, doch die soziale Krise in Europa – vor allem in Frankreich – ist unübersehbar; viele EU-Staaten werden politisch von nationalistischen und populistischen Bewegungen zerfurcht. Macron hat keinen Zauberstab, um dem viel entgegenzustellen. Für Europa könnte gelten, was einmal das Bonmot von Gorbatschow war: „Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben.“



i

## **Gut zu wissen**

- Am 10. April 2022 geht Frankreich in die erste Runde der Präsidentschaftswahl
- Die Stichwahl findet am 24. April statt, Amtsinhaber Emmanuel Macron hat gute Chancen, wiedergewählt zu werden

**Prof. Dr. Ulrike Guérot**

Universität Bonn,  
Lehrstuhl für Europapolitik

[https://bvmw.info/uni\\_bonn\\_ulrike\\_guerot](https://bvmw.info/uni_bonn_ulrike_guerot)



# Ukraine – von den Folgen des

Der Ukraine-Krieg stellt auch die Wirtschaft vor große Herausforderungen. Was muss der deutsche Mittelstand bei den Russland-Sanktionen berücksichtigen? Und wie sollte sich die deutsche Politik aktuell verhalten?

## Einschätzung zur aktuellen Lage

Die russische Führung hat mit dem rücksichtslosen Angriffskrieg gegen die Ukraine das Völkerrecht gebrochen. Die Versuche Putins, dem Westen oder der Nato an dieser Eskalation die Schuld zuzuschieben, sind durchschaubar und rechtfertigen das Verhalten des Kreml in keiner Weise. Deshalb war es richtig, dass der Westen geschlossen, klar und unmissverständlich reagiert und Putins Angriffe glasklar verurteilt hat sowie harte Sanktionen gegen den Kreml verhängt hat. Sie sollen nicht nur die russische Wirtschaft empfindlich treffen, sondern insbesondere die russische Zentralbank und das Finanzsystem des Landes vom internationalen Zahlungsverkehr abschneiden. Gerade in dieser gefährlichen Lage sind Staatskunst und Besonnenheit gefordert. Deshalb ist es richtig, dass Olaf Scholz, Emmanuel Macron und Joe Biden die Tür für Gespräch offen halten und sich gemeinsam mit Nato und EU eng abstimmen. Klar ist: Die Schlüssel für eine bessere Zusammenarbeit hält Russland selbst in der Hand. Zwar werden die Sanktionen auch Unternehmen bei uns treffen, doch gehen nur circa zwei Prozent der deutschen Exporte nach Russland. Andere Märkte stehen für 98 Prozent, Polen ist beispielsweise wirtschaftlich doppelt so wichtig für Deutschland, von Frankreich, dem Benelux oder den USA ganz zu schweigen. Volkswirtschaftlich sind Sanktionen also zu verkraften, auch wenn gerade Unternehmen, die sehr aktiv im russischen Markt sind, vor Herausforderungen stehen. Genau deshalb ist es wichtig, dass Bundesfinanzminister Christian Lindner gezielte Hilfen für Unternehmen prüft, die aufgrund der Sanktionen in ihrer Existenz gefährdet sind.

Politisch droht in den nächsten Jahrzehnten ein Kalter Krieg Plus, in dem Russland und China dem Westen vielleicht keinen militärischen, aber politischen und wirtschaftlichen Schaden zufügen. Deutschland muss deshalb außenpolitisch erwachsen werden. Diese Forde-

itung geht über den Konflikt mit Russland hinaus. Mit anderen Demokratien wollen wir ein internationales Umfeld bewahren, in dem die Wirtschaft größtmögliche Planungssicherheit hat. Im Herbst wird die Ampelkoalition eine Sicherheitsstrategie vorlegen, die unsere Werte und Interessen definiert. Berlin sollte Formate wie die Allianz der Demokratien und den G7-Vorsitz nutzen und sich für echte europäische Außenpolitik einsetzen. Gerade Deutschland und der deutsche Mittelstand, Rückgrat der deutschen Wirtschaft, würden leiden, wenn Peking und Moskau die liberale Weltordnung und die Regeln des Welthandels aushöhlen. Langfristig wollen die Freien Demokraten drei Prozent unseres Bruttoinlandsprodukts in Diplomatie, Sicherheit und Entwicklung investieren. Die von Bundesfinanzminister Christian Lindner vorgelegten 100 Milliarden Euro Sondervermögen für die Bundeswehr sind zudem ein wichtiger Schritt. Beides sind gute Investition in die Zukunft, wenn wir Frieden und Stabilität, Verlässlichkeit und Planungssicherheit erhalten wollen.

**Alexander Graf Lambsdorff, MdB**  
Stellvertretener Vorsitzender der FDP-Bundestagsfraktion mit Zuständigkeit für Außen-, Sicherheits-, Europa- und Entwicklungspolitik

[https://bvmw.info/alexander\\_graf\\_lambsdorff](https://bvmw.info/alexander_graf_lambsdorff)



## Wichtige Infos zu den Russland-Sanktionen

### Banken und Finanzsektor

Womit die westlichen Länder schon lange gedroht haben, ist nun am 2. März geschehen – sieben große russische Banken, darunter auch VTB und Bank Rossiya, sind am 2. März vom SWIFT ausgeschlossen worden. Die Sberbank ist bisher nicht betroffen. Der Ausschluss

# Krieges

vom SWIFT bedeutet, dass der internationale Geldverkehr mit diesen Banken erheblich erschwert werden wird. Außerdem sind einige Banken (insbesondere VTB und Bank Rossiya) bereits seit dem 21. Februar von den USA, der EU und vom Vereinigten Königreich sanktioniert worden. Für den Mittelstand empfiehlt es sich, zusätzliche Konten bei nicht sanktionsierten Banken zu eröffnen. Am 2. März hat die EU angekündigt, dass keine Euro-Banknoten mehr nach Russland geliefert werden dürfen.

## Unternehmen

Am 21. und 24. Februar haben die USA und die EU mehrere russische Unternehmen sanktioniert. Geschäfte mit diesen Unternehmen sind daher nicht mehr oder nur noch beschränkt möglich. Betroffen sind vor allem Unternehmen aus den Bereichen Verteidigung (einschließlich Dual Use), Luftfahrt, Weltraum, Finanzen, Öl und Gas, Telekommunikation, Automobil oder Bergbau. Einige Unternehmen sind namhaft genannt, zum Beispiel Rosneft, Rostelekom, Gazprom und Alrosa. In den USA wird die Erweiterung der Sanktionen gegen weitere russische Großunternehmen besprochen.

In dieser schwierigen Lage ist der Mittelstand darauf angewiesen, alle Vertragspartner nach den jeweils aktuellen Sanktionslisten zu überprüfen. Dies gilt vor allem für Vertragspartner aus den vorgenannten Industrien.

## Privatpersonen

Auch die US- und EU-Listen der persönlich sanktionsierten Privatpersonen wurden erheblich erweitert. Ihre Vermögenswerte werden geblockt oder beschlagnahmt. Betroffen sind nicht nur hohe Beamte, sondern auch bekannte Geschäftsleute. Vor diesem Hintergrund haben bereits einige der sanktionsierten Direktoren und Geschäftsleute ihre Positionen aufgegeben, darunter etwa der Leiter des Direktorenrats des Flughafens „Sheremetyevo“.

## Gegensanktionen zum Zahlungsverkehr

Die russischen Gegensanktionen sind vor allem darauf gerichtet, die

noch vorhandene ausländische Währung (vor allem EUR und USD) im Land zu sichern. Daher sind alle russischen Unternehmen seit dem 1. März 2022 verpflichtet, 80 Prozent ihrer Fremdwährungseinnahmen aus dem Ausland in Rubel zu tauschen. Fremdwährungszahlungen ins Ausland sind verboten. In bestimmten Fällen kann die Genehmigung einer speziellen Regierungskommission eingeholt werden. Geschäfte zwischen Personen aus „feindlichen Ländern“ und „nichtfeindlichen Ländern“ (insbesondere Kauf von Wertpapieren und Immobilien) werden kontrolliert.

Seit dem 1. März ist es nicht mehr gestattet, an ausländische Darlehensnehmer Fremdwährungsdarlehen auszuzahlen, selbst wenn die Darlehensverträge bereits vor dem 1. März abgeschlossen worden sind. Rückzahlungen von Darlehen an ausländische Darlehensgeber aufgrund bestehender Verträge sind wohl noch gestattet. Allerdings ist die genaue Auslegung der neuen Währungsbestimmungen noch unklar.

Die Ausfuhr von Bargeld durch Privatpersonen ist nunmehr auf 10.000 Euro beschränkt.



**Ekaterina Kalinina**

Head of Real Estate and Regulatory  
SCHNEIDER Group



**Dr. Thomas Mundry**

Partner, Rechtsanwalt  
SCHNEIDER Group



<https://schneider-group.com/>

## International



# Innovative Bildung im Senegal

Eine neue Form der Entwicklungszusammenarbeit entsteht in Heilbronn. Ein aktuelles Projekt der Campus Founders aktivierte im Rahmen der jährlich stattfindenden Corporate Campus Challenge (CCC) das Potenzial eines ganzen Ökosystems speziell für ein Projekt im Senegal.

Das Konzept der CCC ist schnell erklärt: Innovative, etablierte Unternehmen stellen eine reale Challenge. Interdisziplinäre, hochschulübergreifende Teams aus Studierenden arbeiten über 14 Wochen in Co-Kreation mit dem Challenge-Sponsor wie ein Startup an nutzerzentrierten Lösungen. Begleitet und methodisch ausgebildet werden sie dabei von den Coaches der Campus Founders und Alexander Wonner vom BVMW. Die Teams präsentieren abschließend vor großem Publikum ihre Ergebnisse. Eine Jury kürt die Gewinner.

### Digitale Lösungen für praktische Berufserfahrungen

In diesem Jahr aber ist es etwas anders: Erstmals förderte das Programm Business Scouts for Development im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung den Challen geprozess, der gemeinsam mit dem senegalesischen Startup-Verband SenStartup durchgeführt wird. Das Ziel: digitale Lösungen zu entwickeln, mit denen junge Senegalesinnen und Senega-



**CAMPUS FOUNDERS**

lesen praktische Berufserfahrungen sammeln können. So sind sie optimaler auf den Arbeitsmarkt oder auf eine Unternehmensgründung vorbereitet.

Gewinner bei der Corporate Campus Challenge sind auch die Teilnehmenden. Sie lernen während des Programms viel über die Zielgruppe, testen Hypothesen und entwickeln daraus wertschöpfende Ideen sowie wichtige unternehmerische Kompetenzen für ihre eigene Karriere. Die CCC ist keine Trockenübung. Sie bietet viel Raum für Experimente, unbekannte Erkenntnisse und liefert konkrete Lösungsansätze.



### WorkingSen setzt sich bei Challenge durch

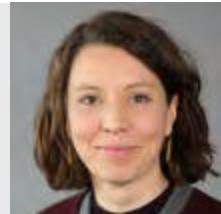
Neben SenStartup formulierten in diesem Jahr auch Bechtle, SAP und Schunk eine Challenge – also eine konkrete Herausforderung, für die die Studierenden Lösungsansätze entwickeln sollten. Von Oktober 2021 bis Januar 2022 arbeiteten über 100 Studierende aus aller Welt 14 Wochen lang an den Aufgaben. Nach dem Vorausscheid folgte Ende Januar dann das Finale, wo die Teams der Jury ihre Ideen vorstellen. Das Team WorkingSen setzte sich am Ende erfolgreich gegen die Wettbewerber durch. Sie entwickelten in kürzester Zeit einen professionellen Prototyp für eine App, die auf einer Seite einen spielerischen Zugang zu berufsrelevanten Zusatzqualifikationen vermitteln und zum anderen auch Jobsuchende mit potenziellen Arbeitgebern im Senegal in Verbindung bringen soll. In einem Folgeprojekt soll dieser Prototyp nun weiterentwickelt und für den tatsächlichen Einsatz im Bildungssektor im Senegal fit gemacht werden.



**Lena Pahlenberg**

Business Scout for Development im BVMW

<http://bvmw.info/Außenwirtschaft>



## Gebaut aus guten Ideen

Mji Wa Salama bedeutet Haus des Friedens. In diesem Haus in Mombasa finden Kinder mit traurigem Schicksal ein liebevolles Zuhause, einen Ort, um neuen Mut zu fassen, Hoffnung zu schöpfen und die Chance auf eine möglichst unbeschwerliche Kindheit. Seit 2014 sammeln der Baudienstleister und die DMK Stiftung Geld für den Neubau. Die Realisierung des Projekts gestaltete sich aus der Ferne sehr schwierig. Erst mit Torsten Töllner, Leiter vom BVMW-Auslandsbüro Kenia, Mauritius und Ruanda, nahm es endlich Fahrt auf. Dank seines kompetenten Engagements vor Ort starteten im Juni 2021 die Bauarbeiten. Jetzt steht der Bau kurz vor der Fertigstellung, und die Kinder ziehen bald in acht neue Schlafräume ein. Mit einer spannenden Finanzierungsaktion ist das gesamte Krieger + Schramm Team an seinem Herzensprojekt beteiligt.

### Gemeinsam viel bewirken

Dabei erweisen sich auch die Mitarbeiter von Krieger + Schramm als Helfende Hände, denn für jeden Verbesserungsvorschlag, der in die firmeneigene Ideen-App eingepflegt wird und dem Bauträger zur Weiterentwicklung verhilft, fließen 50 Euro in das Projekt Hel-



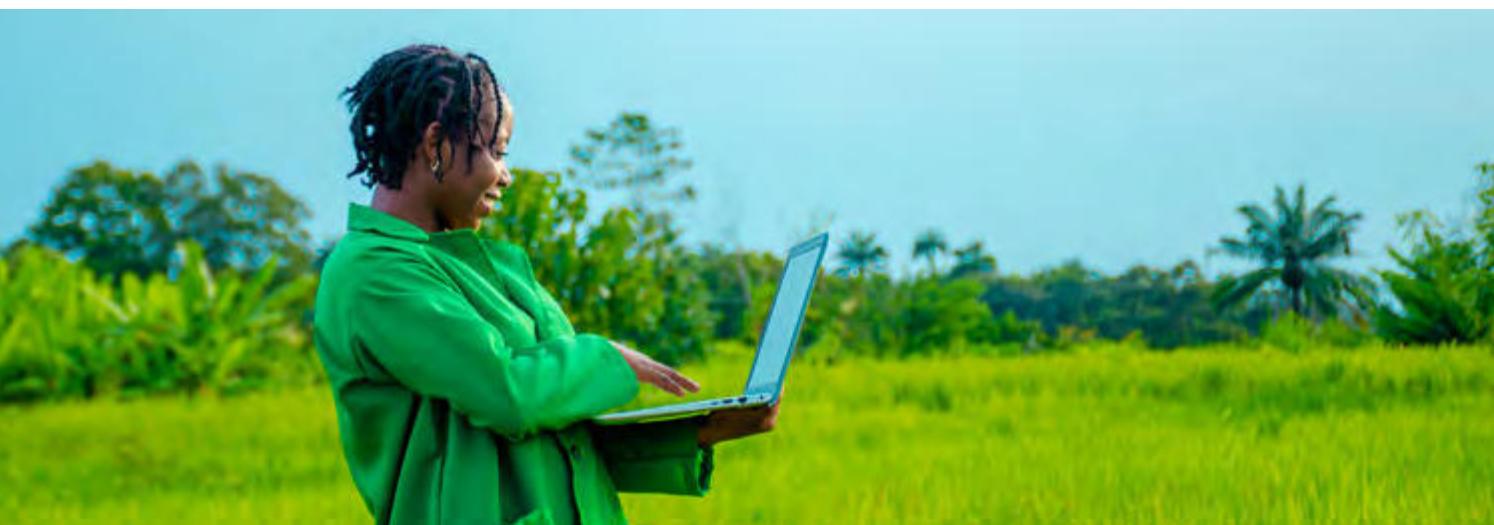
Das BVMW-Mitglied Krieger + Schramm ermöglicht den Bau eines Waisenhauses in Mombasa (Kenia).

ping Hands. Die Idee des Monats wird extra belohnt. So kann jeder mit kleinem Einsatz Großes bewirken, für sich selbst, für das Unternehmen und vor allem für das Mji Wa Salama.



# Mittelstand als Krisenstabilisator

Kleine und mittlere Unternehmen können in Konfliktgebieten positive Renditen erzielen und gleichzeitig zu einer friedlichen Entwicklung beitragen. Dennoch gehören Investitionen in diesen Gebieten zur Ausnahme.



Wirtschaft und Frieden sind in vielerlei Hinsicht miteinander verbunden. Eine bessere Wirtschaftsleistung trägt zur Schaffung von Frieden bei und umgekehrt. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass beide die gleichen Rahmenbedingungen benötigen. Dazu gehören eine solide Infrastruktur, eine gesunde und gut gebildete Bevölkerung sowie solide rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen.

## Die Rolle des Mittelstands für den Frieden

KMU spielen eine entscheidende Rolle in der Wirtschaft eines Landes, sei es durch die Schaffung von Arbeitsplätzen, Unternehmertum oder Einkommen. In fragilen Kontexten können KMU ein Motor für Stabilisierung, Frieden und Sicherheit sein. Sie bieten Arbeitsplätze, lebenswichtige Güter und Dienstleistungen, können sich flexibel an die vorherrschenden Umstände anpassen und Chancen nutzen, die andere, größere Akteure möglicherweise nicht wahrnehmen können.

## Konflikte schrecken Investoren ab

Gerade politisch und wirtschaftlich instabile Länder benötigen private Investitionen oft am dringendsten. Doch sind dies auch die Länder, in die nur wenige private Investoren gehen wollen. Bedenken hinsichtlich des Sicherheitsrisikos, der Kosten und des Rufs führen dazu, dass Unternehmen Geschäftsmöglichkeiten in konfliktbetroffenen Gebieten oft übersehen, auch in Fällen, in denen dies machbar wäre.

## Investitionen in fragilen Kontexten

Nichtsdestotrotz eröffnen Länder, die derzeit nicht zu den friedlichsten Nationen der Welt zählen, interessante Geschäftsmöglichkeiten. Diese Länder bieten aufgrund ihrer stark ungesättigten Märkte einen großen Spielraum für wirtschaftliche Expansion. Laut der Weltbank

sind die Investitionsrenditen in Ländern mit einem niedrigeren Friedensniveau um bis zu acht Prozent höher.

Fragilität, Konflikte und Gewalt betreffen mehr als zwei Milliarden Menschen auf der ganzen Welt. Es handelt sich hier also keineswegs um ein Nischenthema. Digitalisierung, Wasser, Energie, Bildung, Finanzierung und Gesundheit sind Sektoren, die eine enorme Chance für verantwortungsbewusste und gewinnbringende Investitionen bieten. Diese können Gewinne für Unternehmen, Vorteile für lokale Gemeinschaften, Fortschritte für Regierungen bringen und zur Stabilisierung fragiler Staaten beitragen.



i

## Gut zu wissen

Die Mittelstandsallianz Afrika (MAA) des BVMW bietet individuelle, maßgeschneiderte Dienstleistungen an und unterstützt Unternehmen beim Markteintritt und -ausbau in über 35 Ländern auf dem Zukunftskontinent; weitere Infos unter [www.maa-bvmw.de](http://www.maa-bvmw.de)

**Hanna Hodel**

BVMW Referentin Außenwirtschaft

[hanna.hodel@bvmw.de](mailto:hanna.hodel@bvmw.de)





# DIE SERVER-EXPERTEN FRAGEN: WIE SICHER SIND IHRE DATEN?

„Wir empfehlen den sofortigen Umstieg auf Windows Server 2022.“

**Am 10. Oktober 2023** endet der Extended Support für Windows Server 2012 und Windows Server 2012 R2. Sie sollten sich schon jetzt um einen geeigneten und verfügbaren IT-Partner für ein Upgrade auf Windows Server 2022 kümmern. Allein in Deutschland sind derzeit noch ca. 60.000 Windows Server 2008/2008 R2 im Einsatz. Diese veralteten Systeme sind gefährlich und stellen für Ihr Unternehmen und Ihre Daten ein großes Sicherheitsrisiko dar. Jeder einzelne dieser Server bietet viele Angriffsflächen für Cyber-Attacken und erschwert auch den sicheren Umgang mit schützenswerten Daten gemäß der Datenschutz-Grundverordnung.

## „Warten Sie nicht bis zur letzten Minute!“

Die Server-Experten empfehlen, schon heute den rechtzeitigen Umstieg auf das moderne, sichere und performante System Windows Server 2022 zu planen: „Warten Sie nicht bis zur letzten Minute, denn die Auswahl an qualifizierten IT-Experten ist begrenzt.“ Außerdem bietet aktuelle Hard- und Software viele Vorteile in Sachen Zuverlässigkeit, Energieeffizienz, Sicherheit, Performanz und Vereinfachung bei der Nutzung und beim Management.

**Diese Optionen bietet Microsoft seinen SMB-Kunden:** Modernisieren Sie On-Premises, behalten Sie die IT und die komplette Verantwortung in Ihrem Unternehmen. Ersetzen Sie in die Jahre gekommene Hardware durch leistungsstärkere, effizientere und sicherere Server. Oder migrieren Sie die Daten Ihrer Mail-, File-, Print- und Kommunikations-Server auf Microsoft 365. In dieser nutzerbasierten Lizenz sind Exchange-Online als Mailserver, SharePoint-Online und OneDrive for Business als Fileserver sowie Microsoft Teams bereits enthalten. Microsoft kümmert sich um die Hochverfügbarkeit Ihrer modernen Tools für Ihre Arbeit von zu Hause oder im Office.

Sprechen Sie jetzt mit einem unserer  
Microsoft Server-Experten.

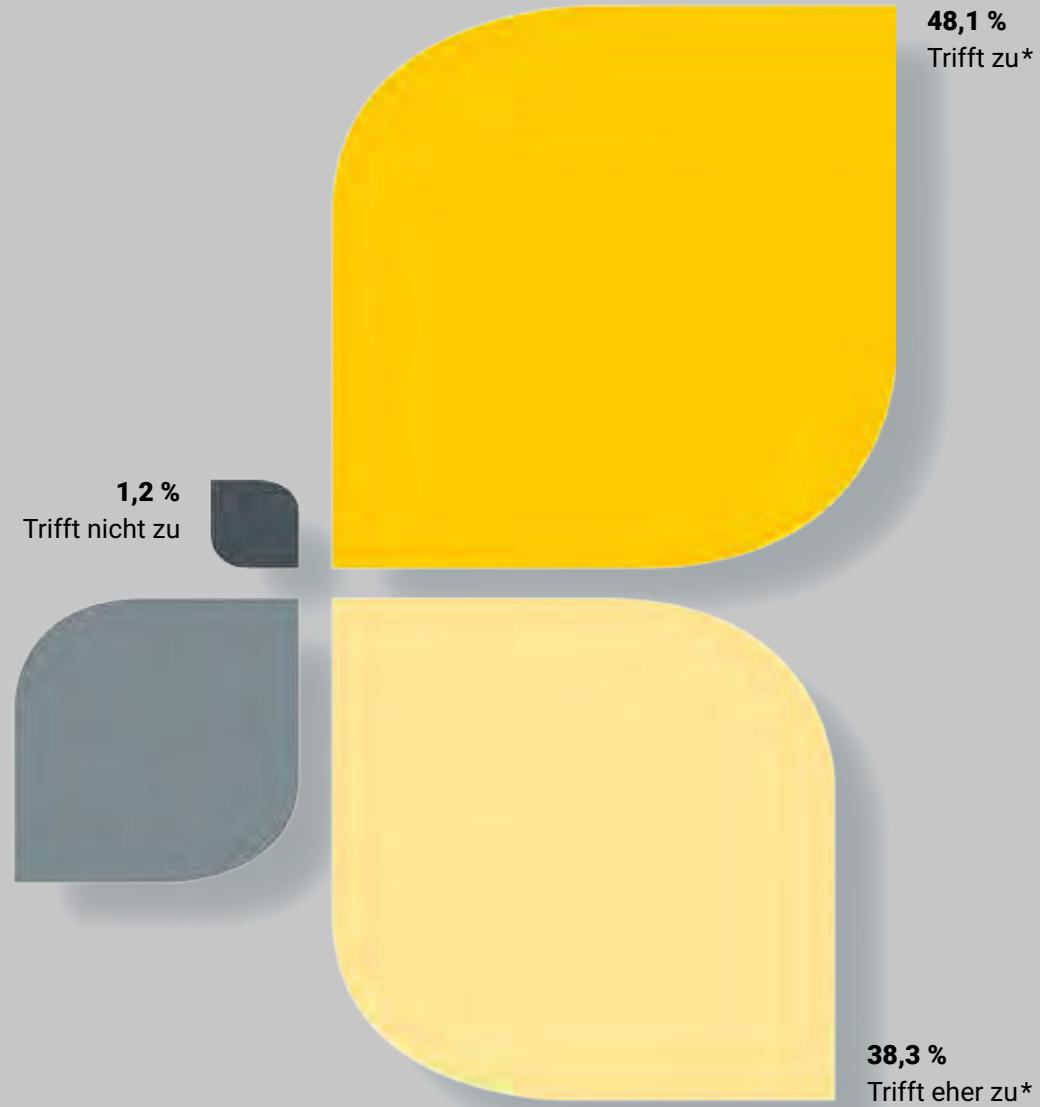


## Kontakt:

[www.die-server-experten.de](http://www.die-server-experten.de)  
[info@die-server-experten.de](mailto:info@die-server-experten.de)

# 86,4%

der Befragten geben an, dass der Absatz ihrer Produkte wesentlich vom Design abhängt.



\*Trifft zu und trifft eher zu werden bei der Auswertung zusammengezählt.

Quelle: Markenverband Designstudie

## Schwerpunkt

# Mittelstand und Design

Unternehmen, die in ihren Markenauftritt und in das Design ihrer Produkte investieren, sind grundsätzlich erfolgreicher, egal in welcher Branche. Mit originellem Design können sich Unternehmen deutlich von Wettbewerbern abheben. In Deutschland haben wir zudem eine qualitativ hochwertige Design-Kultur. Ein gutes Design erzeugt eine Imagewirkung für Unternehmen und zieht Kunden sowie neue Mitarbeitende an. Ein Drittel der Büroangestellten bezieht zum Beispiel das Innendesign eines Büros in die Entscheidung über einen neuen Job mit ein. In unserem Themenschwerpunkt erfahren Sie beispielsweise, wie sich das Thema Design historisch entwickelt hat, wie Sie Design vor Nachahmung schützen können, und mit welchen Ideen und Produkten unsere Mitgliedsunternehmen an den Start gehen.

# Lasst schöne Dinge um uns sein

Produktdesign, Industriedesign, Alltagsdesign: Seit der Industrialisierung ist die Einheit von Schönheit und Funktion nicht mehr wegzudenken – und etabliert sich als eigenständige Branche in der mittelständischen Unternehmerlandschaft.

**S**chöne Dinge wurden schon immer hergestellt. Neben der Funktionalität entscheidet die Gestaltung von Alltagsgegenständen über ihre Attraktivität für den Nutzer. Doch erst seit Kurzem übernimmt ein Designer diese Aufgabe. Mit der Industrialisierung und der Massenfertigung wurde für jedes Industrieprodukt ein Prototyp notwendig, der die jeweilige Formgestaltung in eine industrielle Reproduzierbarkeit übersetzt. Als erster Designer kann der deutsch-österreichische Michael Thonet gelten. Sein in Bugholztechnik gefertigter Stuhl ist das erste echte Designerstück; 1842 patentiert und durch industrielle Fertigung zu erschwinglichem Preis auf den Markt gebracht. Um 1900 beschäftigten seine Söhne 6.000 Mitarbeitende, die 4.000 Möbelstücke am Tag fertigten. Der Thonet-Stuhl wurde zur frühen Designlegende. Ein Massenprodukt und doch immer ein begehrtes Einzelstück.

**„Der AEG-Konzern war eines der ersten deutschen Unternehmen, die sich einen eigenen „Künstlerischen Beirat“ leisteten.“**



Musikbox von Braun, designt von Hans Gugelot und Dieter Rams.



Elektrischer AEG-Wasserkocher aus Messing von Peter Behrens.

## Schöne Künste, schnödes Handwerk

Doch der Erfolg spiegelt auch ein Dilemma wider: War Thonet noch Unternehmer und Designer in Personalunion, differenzierten sich im Zuge der industriellen Reproduzierbarkeit die Berufsbilder auseinander. Zunehmend wurden Künstler, Maler, Bildhauer, mitunter Architekten für die Formgestaltung beauftragt; sie fanden sich naturngemäß im Spannungsfeld zwischen kreativem Künstleratelier und dreckiger Fabrikhalle wieder. Beides musste zusammengebracht werden. Die nächste Epoche deutscher Designgeschichte veranschaulicht eine durchaus erfolgreiche Liaison zwischen Kunst und industriellen Vorgaben.

Der AEG-Konzern war eines der ersten deutschen Unternehmen, die sich einen eigenen „Künstlerischen Beirat“ leisteten. Dort wirkte ab 1907 der Architekt und Künstler Peter Behrens, der mit Fug und Recht als Erfinder des Industriedesigns bezeichnet werden kann. Bis heute verdankt AEG sein – heute würde man sagen – Corporate Design den typographischen und gestalterischen Arbeiten Behrens. Vom Firmenlogo und Schriftarten über Briefköpfe und Werbeprospekte bis hin zum Design von Haushaltsgeräten: Peter Behrens war die stets wiedererkennbare Handschrift von AEG. Behrens war Mitbegründer des Deutschen Werkbundes, der die Versöhnung der

Ästhetik mit der Massenproduktion anstrebe. Aus dieser Werkstätten-Bewegung kommend wurde schließlich das Bauhaus in der Zeit nach dem Ersten Weltkrieg die wichtigste Designschule. Ihr Direktor Walter Gropius versammelte Künstler wie László Moholy-Nagy, Wassily Kandinsky oder Klaus Wagenfeldt, dessen Tischleuchte heute ein Designklassiker ist. Gleichwohl tauchte der Begriff „Design“ damals nicht auf, man sprach von „industrieller Formgebung“, die Designer von damals nannten sich „Formmeister“.

### Mit Designabteilungen in die Moderne

Nach dem zweiten Weltkrieg waren es westdeutsche Unternehmen, allen voran die Elektrofirma Braun, die eigene Designabteilungen schufen, in denen Designer als Mittler zwischen den Visionen der Unternehmer und den produkttechnischen Anforderungen der Werkhallen und Maschinen fungierten – und zugleich größtmögliche Unabhängigkeit wahren konnten. 1955 trat der junge Dieter Rams in das Unternehmen ein, und damit begann ein eigenständiges Kapitel deutscher Designgeschichte. Die funktionale, schnörkellose Formgebung der Braun Elektrogeräte wie etwa der T 1000 Weltempfänger oder der Radio-Schallplattenspieler SK 4 waren wegweisend Entwürfe, die das Produktdesign bis heute prägen. Dieter Rams war für Jonathan Ive, den Chefdesigner bei Apple, ein großes Vorbild, kein iPhone ohne das T 1000 Radio. Rams hat immer betont, dass gelungenes Design, das sich auch in steigendem Umsatz widerspiegelt, von den Unternehmerspezialitäten gewollt sein muss. Damals waren seine Ansprechpartner die Gründer Artur und Erwin Braun und nicht die Marketingabteilung oder ein Cheingenieur.

### Design oder Marketing?

Heute setzen Konzerne, aber auch mittelständische Unternehmen, vermehrt auf eigene Designabteilungen. Oftmals trägt gutes Design zur Umsatzsteigerung bei. Doch nicht immer trifft der Gestaltungswille auch den Kundengeschmack. Unternehmen geben daher zusehends die Kontrolle über die Formgebung ihrer Produkte an die Marketingabteilung ab: Umfragen und Trendforschung sollen klären, was der Kunde wünscht. Was dann für den Designer übrig bleibt, wird häufig ausgelagert. Zum Beispiel an den Designer Dieter Aisslinger. Seine Karriere ist nicht untypisch für viele zeitgenössische Produktgestalter. Nach dem Studium arbeitete er für Produktdesigner in England und Italien, um sich schließlich 1993 selbstständig zu machen. Sein Berliner Büro arbeitet seither für Kunden wie E-Plus, Mercedes-Benz Flötotto, DuPont, BASF, zahlreiche Hotels oder den Schweizer Möbelhersteller Vitra. Das Studio Aisslinger ist ein mittelständischer Betrieb mit 20 Mitarbeitern, der sich in einem hart umkämpften Markt durchsetzen muss. Ähnlich wie Dieter Rams beobachtet auch er, dass vermehrt Kundenumfragen das Design verdrängen. Seine mittelständischen Kunden geben 20 Prozent des Umsatzes für Marketing aus, während die Investition für eigenständige Produktentwicklung stetig sinkt. „Aber die Zivilisation entwickelt sich nicht weiter, wenn man die Leute auf der Straße fragt, ob sie lieber Rot oder Blau mögen“, so Aisslinger gegenüber dem „Tagesspiegel“. Lediglich wenige eigentümergeführte Familienunternehmen haben Lust auf Neues, so wie damals die Chefs von Braun.



Kaffeehausstühle von Thonet werden seit 1859 gebaut.

Keine guten Nachrichten für die geschätzten 25.000 Absolventen der Design- und Gestaltungsschulen, die jährlich auf den Markt drängen. Die große Zeit der berühmten Designer, jener schillernden Paradiesvögel und Popstars des ausgefallenen Geschmacks wie Luigi Colani, Giorgio Armani, Raymond Loewy oder Charles Eames ist vielleicht vorbei. Heute sind es kleine und mittlere Unternehmen, die für Privatkunden, Konzerne oder eben andere Mittelständler kleine und große Visionen umsetzen.



i

## Gut zu wissen

- Michael Thonet (1796 – 1871) gilt als Pionier der Möbelproduktion und des Möbeldesigns
- Peter Behrens (1868 – 1940) wird als Erfinder des Industriedesigns bezeichnet
- Dieter Rams (geb. 1932) ist ein deutscher Industriedesigner der Moderne

**Bernd Ratmeyer**

Journalist

[mittelstand@bvmw.de](mailto:mittelstand@bvmw.de)



# Die Qual der Wahl: Rot, Gelb oder Blau?

„Ein Design ruft drei Reaktionen hervor – ja, nein und WOW! Wow ist das Ziel“, stellte der Grafikdesigner Milton Glaser einst fest. Die Frage ist: Wie kommt man zum Wow? Welche Design-Bereiche gibt es überhaupt – und welche Rolle spielen Farben dabei?

Design zeigt sich in ganz verschiedenen Bereichen wie dem Produktdesign, im Corporate Design, im Grafik- oder Kommunikationsdesign und Webdesign. Hier wird bereits die Vielfalt des Begriffs deutlich – Design bezieht sich nicht nur auf die Gestaltung eines Produktes, sondern schließt zum Beispiel auch die visuelle Präsentation eines Unternehmens mit ein:

## ■ Corporate Design

Corporate Design bezeichnet das einheitliche Erscheinungsbild eines Unternehmens, also dessen visuelle Darstellung. Es ist Teil der Corporate Identity, der Unternehmensidentität. Corporate Design umfasst zum Beispiel das Firmenlogo, eine bestimmte Farbe und ein abgestimmtes Schriftdesign, die dann in der Kommunikation, aber auch auf der Firmenkleidung oder auf Firmenfahrzeugen genutzt werden können. Das Corporate Design eines Unternehmens bietet damit eine eindeutige Identifikation nach innen und außen und schärft die Wahrnehmung als Marke.

## ■ Kommunikationsdesign

Der Begriff Kommunikationsdesign ist schwerer zu greifen als das Corporate Design. Kommunikationsdesign befasst sich mit der Darstellung visueller Botschaften sowohl im Print- und Onlinebereich und umfasst visuelle und audiovisuelle Inhalte. Kommunikationsdesigner beschäftigen sich also damit, wie sie eine bestimmte Bot-

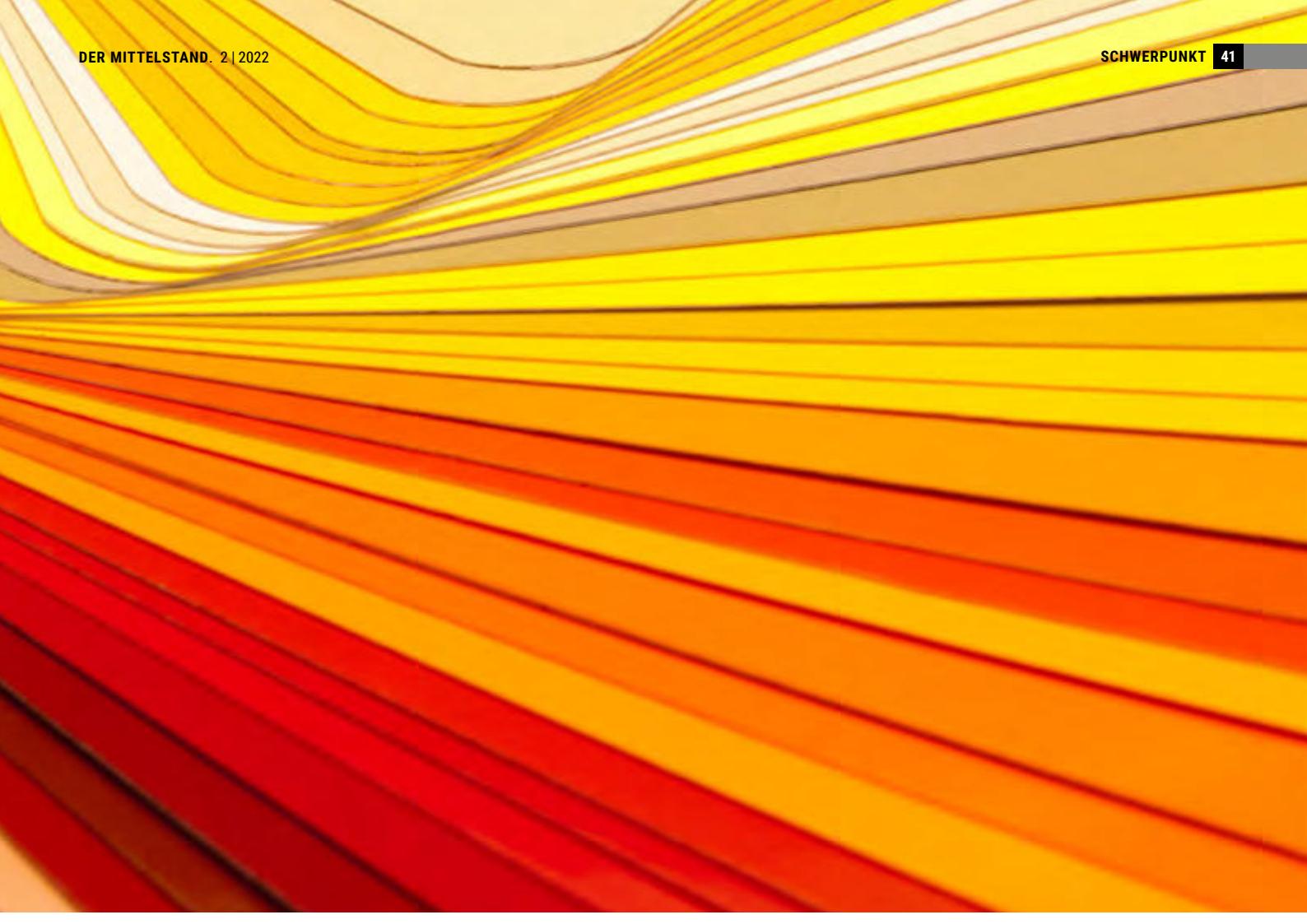
schaft bestmöglich vermitteln können. Das Grafikdesign ist eng verbunden mit dem Kommunikationsdesign. Grafikdesign ist eine ältere Bezeichnung und bezieht sich eher auf die Gestaltung im Printbereich.

## ■ Webdesign

Beim Webdesign geht es um die Erstellung und Gestaltung von Webseiten. Eine ansprechend gestaltete Webseite ist ein wichtiger Aspekt für die Corporate Identity. Gutes Webdesign zeichnet sich zum Beispiel durch einen hohen Informationswert aus und dadurch, dass es die Betrachterinnen und Betrachter neugierig macht oder Emotionen hervorruft.

## ■ Produktdesign

Produktdesign umfasst die Entwicklung eines Produktes von der Idee bis zum Resultat. Unter Produkt werden sowohl physische als auch immaterielle Dinge, beispielsweise eine Software, gefasst. Der Prozess des Produktdesigns beginnt mit der Forschung: Welchen Bedarf soll das Produkt erfüllen, welche Anforderungen muss es bedienen können? In welchem Kontext kommt es vor? Damit ist Produktdesign verwenderorientiert. Über eine praktische und gebrauchstechnische Funktion kann das Produkt auch eine ästhetische oder soziale Funktion erfüllen und der Markierung dienen: Wenn zum Beispiel ein Unternehmen einen Stuhl aus einem beson-



ders nachhaltigen Holz fertigt und der Stuhl eine einzigartige Form aufweist, die für dieses Unternehmen typisch ist, geht die Entwicklung und Produktion dieses Stuhls über seine gebrauchstechnische Funktion hinaus.

**„In einer internationalen Studie mit Teilnehmenden aus 30 Nationen wurde festgestellt, dass Menschen auf der ganzen Welt häufig dieselben Farben mit denselben Gefühlen verbinden.“**

#### Aufmerksamkeit erzeugen

Die Wirkung, die ein bestimmtes Design hervorruft, sei es das Design einer Webseite oder das Design eines Gegenstandes, hängt von vielen Faktoren ab. Auf der einen Seite spielen Farben, Formen, Material, Bilder und Typografie beim verwendeten Design eine sehr große Rolle. Wie das Design wahrgenommen wird, hängt aber auch von den Eigenschaften der Betrachterin und des Betrachters ab: Welches Vorwissen bringt die Person mit, welche (kulturellen) Erfahrungen, Stereotype und Erwartungen?

#### Die Wirkung von Farben

Diese subjektiven Aspekte haben auch einen Einfluss darauf, wie wir Farben wahrnehmen und welche Bedeutung diese für uns haben bzw. welche Assoziationen und Gefühle sie bei uns auslösen. Neben dem individuellen Einfluss lassen sich für Farben auch objektive Wirkungen feststellen. So wurde in einer internationalen Studie im Jahr 2020 mit Teilnehmenden aus 30 Nationen festgestellt, dass Menschen auf der ganzen Welt häufig dieselben Farben mit denselben Gefühlen verbinden. Diese Wirkung von Farben ist für Unternehmen enorm wichtig: Die Wahl einer bestimmten Farbe ist ein wesentlicher Faktor für die Wiedererkennbarkeit. Es macht einen großen Unterschied, ob man zum Beispiel ein rotes oder ein orangefarbenes Logo wählt. Bei der Gestaltung von Websites wird genau geschaut, welche Farben wo platziert werden und was den Betrachtenden zuerst ins Auge springt. Auch die Farbwahl bei der Produktgestaltung sollte im Hinblick auf die Zielgruppe geschehen. Beispielsweise die Farbe Rot: Rot wird zum einen mit Wärme und Liebe verbunden, wird aber auf der anderen Seite auch mit Wut und Gefahr verknüpft. Wird beim Design die Farbe Rot gewählt, soll also möglicherweise besonders die Aufmerksamkeit der Kundinnen und Kunden geweckt werden.

Deutlich wird also: Es kommt in allen Bereichen, sei es im Corporate Design, Webdesign, Produktdesign oder Kommunikationsdesign, auf eine genaue Auswahl der Farben an, um eine bestimmte Bedeutung zu vermitteln. Für Unternehmen ist dies besonders relevant, um Aufmerksamkeit und das „Wow“ zu erzeugen.



**Lisa Richert**  
BVMW Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

[lisa.richert@bvmw.de](mailto:lisa.richert@bvmw.de)



# Einfach sichtbarer werden

Erfolgreiche Unternehmen setzen heute auf die „inneren Werte“: Themen wie Unternehmensvision, Verantwortung und Nachhaltigkeit werden gelebt. Gerade diese nach außen sichtbar zu machen, sorgt für Bekanntheitsgrad, Vertrauen und letztlich für Umsatz.

„Gutes Design ist innovativ.  
Gutes Design macht ein Produkt brauchbar.  
Gutes Design ist ästhetisch.  
Gutes Design macht ein Produkt verständlich.  
Gutes Design ist unaufdringlich.  
Gutes Design ist ehrlich.  
Gutes Design ist langlebig.  
Gutes Design ist konsequent bis ins letzte Detail.  
Gutes Design ist umweltfreundlich.  
Gutes Design ist so wenig Design wie möglich.“

Dieter Rams, Designer

Zehn Thesen für gutes Design, vitsoe.com

Wer unter Design nur das Logo versteht, übersieht einiges. Farben, Bildsprache, Schriftart, Duft oder Melodie – all das macht das Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Marke aus. Design bezieht sich nicht nur auf das Äußere, sondern auch auf die Herstellung (Industriedesign). In diesem Beitrag soll es speziell um das optische Design gehen. Hier gibt es viele Vorurteile und Missverständnisse.

## Design macht sichtbar

Für jedes Unternehmen ist es überlebenswichtig, sichtbar zu sein: für Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner. Sichtbar nicht nur im übertragenen Sinne, sondern ganz speziell optisch – im Internet, auf der Verkaufsfläche, beim Anwender.

## Design hat viele Facetten

Gerade der Mittelstand hat es hier schwerer als Großkonzerne. Oft ist das Budget, das weltweit agierende Konzerne in ihr Design ste-

cken können, nicht vorhanden. Zum anderen agieren viele mittelständische Unternehmen regional oder lokal. Hier sind die Chancen und Möglichkeiten, für die Zielgruppe sichtbar zu werden, ganz unterschiedlich und individuell.

Wichtig ist es in jedem Fall, sich optisch ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen. Dadurch wird die Unternehmenspositionierung direkt sichtbar für Kunden und Geschäftspartner.

## Design als Erfolgsfaktor

Oft wird Design einfach nur als Aufhübschen verstanden, als reine Ästhetik. Viele Werbeabteilungen werden nur dafür eingesetzt, alles „schön“ zu machen. Die Mittel, die dafür aufgewendet werden, werden fälschlicherweise als Werbekosten auf der Soll-Seite verbucht. Design und Werbung sind eine Investition und sparen langfristig Zeit und Geld. Es heißt, ein potenzieller Kunde muss mindestens siebenmal mit der Botschaft in Kontakt kommen, damit er sie wahrnimmt. Im Onlinekontext spricht man von über dreißigmal.

Wenn sich das Design zu oft ändert oder nicht einheitlich ist, muss diese Hürde jedes Mal neu genommen werden.

Ist ein Erscheinungsbild jedoch bereits etabliert, braucht es viel weniger Aufwand (und Budget), um beim Kunden anzukommen. Das gleiche gilt für das Logo einer Firma, die Unternehmensfarben, die Typografie, die äußere Gestaltung der Produkte bis hin zur Bekleidung von Mitarbeitern.

Apropos Mitarbeiter: Ein Unternehmen, das seine Professionalität durch ein einheitliches Design nach außen zeigt, wird auch für potenzielle Mitarbeiter zur „Lovebrand“ – so hilft Design auch beim Recruiting.

Ein durchgängiges Design hat noch einen weiteren großen Vorteil: Es stärkt nicht nur die Kundenbindung, sondern schafft auch einen Ver-

## **„Wichtig ist es in jedem Fall, sich optisch ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen.“**

trauenvorschuss. Sieht man ein Design öfter im Straßenbild, lernt man das Unternehmen kennen, auch wenn im Moment kein Bedarf besteht. Doch sobald dieser Bedarf da ist, greift man gerne auf Vertrautes zurück.

### **Design als Unternehmensziel**

Was kann also ein mittelständisches Unternehmen tun, um Design für sich als Erfolgsfaktor zu nutzen? Auch wenn es für jedes Unternehmen individuelle Möglichkeiten gibt, sind doch einige Punkte universell:

- Gibt es bereits **Design-Elemente**, die bei Kunden etabliert sind? Können sie beibehalten oder an die heutige Zeit angepasst werden?
- Gibt es ein **einheitliches Erscheinungsbild**, das sich durch alle Kanäle zieht? Kann es optimiert werden – oder ist es sinnvoller, ein komplett neues Design aufzubauen und damit durch gezielte Marketing-Aktionen auf sich aufmerksam zu machen?
- Ist das **Firmenlogo** zeitgemäß? Greift man besser auf eine erfolgreiche Tradition zurück, oder ist es sinnvoller, zu modernisieren?
- Wie konsistent sind auch die Mitarbeiter in das **Corporate Design** eingebunden?

Im Einzelfall ist es sinnvoll, sich das ganze Unternehmen anzusehen, zu analysieren und einen Plan zu entwickeln, wie Design erfolgreich in die Unternehmens- und Marketingstrategie integriert werden kann. So kann Design als Erfolgsfaktor genutzt werden und langfristig unterstützend auf die Unternehmensmarke einzahlen.



## **Gut zu wissen**

Um durch Design einzigartig und sichtbar zu sein, sind viele Faktoren wichtig:

- Konsistenz in Formen, Farben und Auftreten
- Wiedererkennbarkeit über einen längeren Zeitraum
- Unabhängigkeit von Modeerscheinungen bei gleichzeitiger Modernität
- Authentizität: Das Design muss zum Unternehmen passen und die Zielgruppen ansprechen.
- Flexibilität: Wenn ein konsistentes Erscheinungsbild etabliert ist, kann mit Varianten gespielt werden, um frische Aufmerksamkeit zu erzeugen.

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.beratungsnetzwerk-mittelstand.de/>

oder über Nick Willer:  
[nick.willer@bvmw.de](mailto:nick.willer@bvmw.de)

### **Elke Schmalfeld**

Kreative Marketingstrategie  
Mitglied der Task Force Marketing und Vertrieb Nordbayern des BVMW und zertifizierte Beraterin im Beratungsnetzwerk des Mittelstand BVMW  
BVMW-Mitglied

[www.kreative-marketingstrategie.de](http://www.kreative-marketingstrategie.de)



# „Nur eine klare Botschaft kommt beim Kunden an“

Vom Firmenlogo bis zu Website und Social Media: Gerade kleinere Unternehmen müssen sich überzeugend präsentieren, um potenzielle Kundschaft anzusprechen und für sich einzunehmen. Wie ein perfekter Außenauftakt gelingt, erklärt Markus Schneider, Kreativchef der Berliner Medienagentur Newman Agency.

**D**ER Mittelstand.: Warum ist insbesondere für kleinere Mittelständler neben einem einheitlichen Corporate Design auch ein authentischer digitaler Außenauftritt so wichtig?

**Markus Schneider:** Der digitale Auftritt bietet die Möglichkeit, den Kunden zu vermitteln, welche Rolle, Funktion und Werte das Unternehmen hat. Umso wichtiger ist es, dass der digitale Auftritt professionell und überzeugend ist. Ein Unternehmen, das nach außen hin einen seriösen und kompetenten Eindruck macht, hat es leichter, sich von der Konkurrenz abzuheben und neue Kunden zu gewinnen. Alle Unternehmen haben eins gemeinsam: Sie wollen eine bestimmte Botschaft vermitteln. Denn nur eine klare Botschaft kommt beim potenziellen Kunden an. Damit die individuelle Botschaft auch visuell passend vermittelt werden kann, gibt es die Corporate Identity – ohne die kann ein perfekter Außenauftritt des Unternehmens nur schwer gelingen.

## Wie gehen Sie vor, wenn ein kleineres Unternehmen eine Corporate Identity haben will?

Wir tauchen tief in das Unternehmen ein, bis wir es genau kennen und verstehen. Systematisch überarbeiten wir das in einem Markenworkshop. Dabei sollten möglichst alle Entscheider aus Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb teilnehmen, um verschiedene Blickwinkel auf die Marke zu erhalten. Das Ergebnis des Workshops ist sozusagen die DNA des Unternehmens. Sie bildet sowohl für unsere weitere Arbeit als auch für Unternehmerinnen und Unternehmer die Grundlage für alle weiteren Maßnahmen.

## Was gehört dazu, ein einheitliches Corporate Design zu schaffen?

Das Corporate Design dient dazu, dem Unternehmen und seinen Produkten ein einheitliches visuelles Erscheinungsbild zu verleihen – vom Firmenlogo über das Grafikdesign für alle Formate bis zur Website und zum Auftritt in sozialen Medien. Es geht darum, einen möglichst hohen Wiedererkennungswert zu schaffen. Die Werte des Unternehmens werden dabei nach außen transportiert, um ein positives Image aufzubauen. Das weckt Vertrauen bei der Zielgruppe und ist ein entscheidender Punkt für die Kundenbindung.

## Wie überzeugen Sie die Unternehmensführung von Ihren Plänen und Entwürfen?

Unsere Kunden sind vom ersten Moment an in die Prozesse mit eingebunden. Bereits der Markenworkshop zeigt uns, welche Erwartungen und Ziele an unsere Entwürfe gestellt werden. Dieser intensive Austausch mit dem Kunden ist Grundlage unserer Arbeit, sodass das Ergebnis in der Regel den Erwartungen des Kunden entspricht.



Markus Schneider, Kreativchef der Berliner Agentur Newman Agency. Die Agentur ist Mitglied im BVMW.

## Wie hoch sind die Kosten für eine solche Maßnahme, damit sie sich für ein Unternehmen rentiert?

Die Newman Agency ist autorisierte Agentur für das Förderprogramm „go-digital“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. Dabei können wir für Unternehmen Fördermittel in Höhe von bis zu 11.000 Euro abrufen. Das ermöglicht es uns, auch für kleinere Unternehmen mit einem überschaubaren Budget zu arbeiten.

Das Interview führte die Journalistin Almut Friederike Kaspar.



# Form folgt Funktion

Mit der Einführung der industriellen Fertigung mussten Produkte Anfang des 20. Jahrhunderts so einfach und funktional gestaltet werden, dass sie effizient in Massen hergestellt werden konnten. Das entsprechende Gestaltungsprinzip ist nach wie vor aktuell.



Ikone des Produktdesigns: Die Bauhaus-Leuchte wurde in die Sammlung des Museum of Modern Art in New York aufgenommen und wird noch heute produziert.

**D**as Gestaltungsprinzip „Form folgt Funktion“ wurde zur Leitidee der Weimarer Designschule Staatliches Bauhaus, die 1919 von dem Architekten Walter Gropius gegründet wurde und eine moderne Synthese aus Kunst und Handwerk, eine Kombination von Lehre und Anwendung postulierte mit dem Ziel der Massenreproduzierbarkeit der entworfenen Produkte. Für Gropius waren die Konzentration auf das Wesentliche und Klarheit der Form maßgebend und ästhetisch richtungsweisend. Im Fokus jedes Entwurfs standen die Effizienz und die Nützlichkeit eines Produktes. Entsprechend sollte auch die Form ausschließlich von der Funktion beeinflusst sein. Dekoratives Beiwerk, Verzierungen und Verspieltheit erschienen ihm überflüssig, da sie für den eigentlichen Zweck des Objektes nicht nützlich waren und die Reproduktion aufwendiger wurde.

## Bauhaus-Leuchte

Die Tischleuchte der Bauhaus-Schüler Wilhelm Wagenfeld und Carl Jakob Juncker wurde in der Metallwerkstatt des Bauhauses nach ih-

rer Neuorganisation unter der Leitung des Künstlers und Formmeisters László Moholy-Nagy ab 1923 in unterschiedlichen Ausführungen hergestellt. Für ihre Gestaltung wurden neue Materialien wie vernickelter Stahl und Glas verwendet. Der Schirm wurde aus Licht zerstreuendem Opalglas gefertigt. Mit Opalglas versehene Leuchten wurden bis dahin nur im industriellen Bereich eingesetzt. Sie ist die erste elektrische Leuchte, die zerstreutes Licht im privaten Raum ermöglichte. Durch die Reduzierung auf einfache geometrische Formen, kreisförmiger Sockel, zylindrischer Schaft und Schirm in Form einer Fünf-Achtel-Kugel, erreichten Wagenfeld und Juncker mit dem Design ihrer Leuchte sowohl maximale Funktionalität und Einfachheit der Form als auch in Bezug auf Produktionszeit und verwendete Materialien beste Reproduzierbarkeit. Sie verkörpert den Gestaltungsleitsatz „Form folgt Funktion“ in perfekter Harmonie.

## Zeitloses Gestaltungsprinzip

Das Prinzip „Form folgt Funktion“ ist heute aktueller denn je und auch für zunehmend komplexer werdende, zukünftige Produktentwicklungen anwendbar. Je komplizierter Produkte und ihre technische Struktur werden, desto wichtiger ist ein vereinfachtes, anwennderfreundliches Design, damit der Gebrauchswert der Produkte für den Nutzer optimiert wird.

Das Leonardo da Vinci zugeschriebene Zitat aus dem 15. Jahrhundert bleibt weiter aktuell: „In der Einfachheit liegt die höchste Vollendung“.



i

## Gut zu wissen

- Das Gestaltungsprinzip „Form folgt Funktion“ wurde zur Leitidee des Bauhaus Weimar
- Die Bauhaus-Tischleuchte wird seit 1923 hergestellt

**Thomas Lindemer**  
VISIUS Design  
Art Director DER Mittelstand.

[lindemer@visius-design](mailto:lindemer@visius-design)



# Attraktive App & Co.

Design ist nicht nur, wie etwas aussieht. Design ist auch, wie etwas funktioniert. Das gilt für Webseiten und Apps genauso wie für die unternehmenseigene Software. Hier bestimmt gutes Design zusätzlich, ob Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Arbeit als zielführend und erfüllend erleben.

Digitale Lösungen sollten keine Barrieren schaffen oder Mehraufwand verursachen. Vielmehr sollen sie effektive und effiziente Hilfen sein, die einfach zu benutzen sind. In der Fachsprache nennt man das Usability und User Experience (UUX), also die nutzerzentrierte Gestaltung von digitalen Produkten und Dienstleistungen. Dabei bezieht sich nutzerzentriert nicht nur auf die Anwenderinnen und Anwender, die zum Beispiel eine App herunterladen. Nutzerzentrierung gibt es auch für die Mitarbeitenden eines Unternehmens. Eine gut gestaltete UUX hat Einfluss darauf, was und wie Menschen arbeiten, und ob sie ihre Arbeit als zielführend und erfüllend erleben. Dieser Ansatz der menschzentrierten Digitalisierung zielt auf eine positive, wertebasierte Erfahrung einer digitalen Lösung

**„Eine um die Anwenderinnen und Anwender herum gestaltete Software wirkt sich direkt auf den erwünschten Digitalisierungsgewinn aus.“**

ab, deren Einsatz zu höherer Produktivität, Freude an der Nutzung und mehr Kundenzufriedenheit führt. Und je besser die UUX, desto schneller und reibungsloser erfolgt auch die digitale Transformation kleiner und mittlerer Unternehmen.

## Technologie muss zur Belegschaft passen

Erhöhte Schulungskosten, Workarounds und Doppelprozesse bis hin zu sinkendem Engagement und sogar Krankschreibungen: Die Folgen von schlecht gestalteter UUX in der unternehmenseigenen Infrastruktur können immens sein. Wer hingegen seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Beginn an aktiv in den digitalen Gestaltungsprozess miteinbezieht, verkleinert den Raum für problematische Entwicklungen. Hier setzt die Idee menschzentrierter Digitalisierung an. Menschliche Werte und Grenzen werden in das Zentrum technolo-

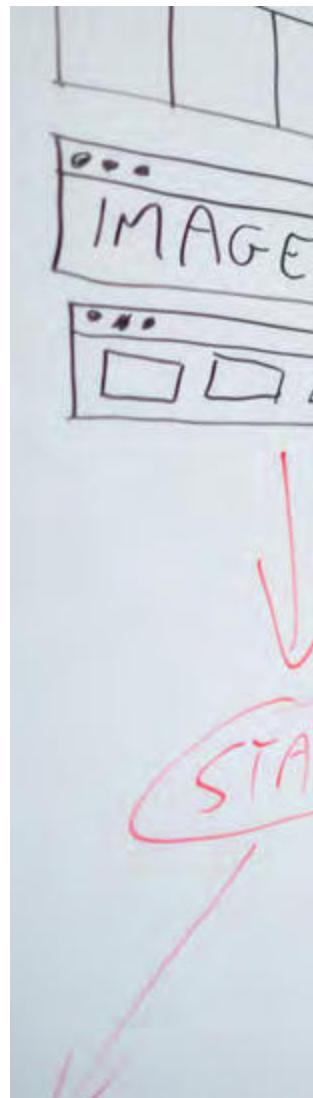
gischer Entwicklungen und digitaler Arbeitsprozesse gerückt. Sowohl positive als auch negative Effekte von Technologien werden von Beginn an reflektiert und richten den Fokus weg von der alleinigen Funktionalität hin zu den Eigenschaften, Fähigkeiten und Wünschen der Belegschaft.

## Vorbehalte entkräften

Die digitale Transformation eines Unternehmens ist kein rein technischer Prozess. Gerade am Anfang erfordern Digitalisierungsmaßnahmen Führungs- und Kommunikationskompetenz, um Vorbehalte bei den Mitarbeitenden zu entkräften. Dabei reichen diese von der (oft berechtigten) Befürchtung von Mehraufwänden durch umständlich zu bedienende Software bis hin zur (möglichsterweise unberechtigten) Angst, dass der eigene Arbeitsplatz wegdigitalisiert wird. Hingegen erhöht ein gemeinsamer Weg von Unternehmensführung und Belegschaft, der die Gestaltung der Produkte des Arbeitsalltags miteinbezieht, die Akzeptanz und Qualität der Arbeit. Eine um die Anwenderinnen und Anwender herum gestaltete Software mit hoher Gebrauchstauglichkeit und positivem Nutzungserleben wirkt sich so direkt auf den erwünschten Digitalisierungsgewinn aus, zum Beispiel über einen großen Return-on-Invest bei gleichzeitig gesteigerter Mitarbeiterzufriedenheit.

## Moderne Software spiegelt das Unternehmen wider

Hohe Akzeptanz und Begeisterung der Nutzerinnen und Nutzer für digitale Lösungen leisten aber nicht nur einen zentralen Beitrag zum ökonomischen Erfolg eines Unternehmens. Eine gut ausgestaltete digitale Infrastruktur spiegelt auch die Unternehmenskultur wider und hebt die Individualität einer Organisation hervor. Eine gelungene Digitalisierung trägt Werte wie Transparenz, Offenheit und Nachhaltigkeit nach außen und wirkt sich auf Motivation und Engagement der Mitarbeitenden sowie ihre Bindung an das Unternehmen aus. Beispielsweise ist der Berliner E-Mail-Anbieter Posteo mit seinen hohen Datenschutzstandards und ökologischer Nachhaltigkeit erfolg-





reich. Die Musikstreaming-Plattform Resonate punktet durch das digitale Abbilden ihrer fairen, partizipativen Arbeitsmodelle.

### So werden UUX-Prozesse in das Unternehmen eingeführt

Methoden menschzentrierter Digitalisierung lassen sich gerade in mittelständischen Unternehmen nahtlos und erfolgreich integrieren. Eine entscheidende Rolle spielt dabei das Mindset von Unternehmensleitung und Beschäftigten: Alle sollten in den Transformationsprozess eingebunden werden, denn digitale Lösungen funktionieren nur, wenn sie auch akzeptiert werden. Die Menschen sind und bleiben die wichtigsten Wertschaffenden. So sollte zum Beispiel bei der Auswahl neuer Software auf eine nutzerzentrierte Entwicklung geachtet werden. Dies garantiert einen menschzentrierten Gestaltungsprozess, bei dem die Nutzerinnen und Nutzer engmaschig einbezogen wurden.

Deutlich wird, dass menschzentrierte Digitalisierung kein Selbstzweck ist. Einzelne Prozesse sollten mit Blick auf das große Ganze und auf die Digitalisierungsstrategie hin angepasst und digitalisiert werden. Unterstützung finden Unternehmen unter anderem bei kostenfreien Angeboten wie zum Beispiel der German UPA, den Digitalzentren der Mittelstand-Digital-Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz oder zahlreichen Offerten kleinerer und größerer Agenturen.



## Gut zu wissen

- Neue Software sollte einer nutzerzentrierten Entwicklung nach DIN ISO 9241-210 (2020) entsprechen. Dies stellt sicher, dass die Technologie auf einem umfassenden Verständnis der Benutzenden, der Arbeitsaufgaben und -umgebungen beruht
- Das Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum Usability unterstützt den Mittelstand bei allen Fragen zu Usability und User Experience und der Umsetzung einer nutzerzentrierten Digitalisierung

### Alexander Krug

Projektmanager für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Mittelstand-Digital Zentrum Berlin  
BVMW Förderprojekte

[alexander.krug@bvmw.de](mailto:alexander.krug@bvmw.de)



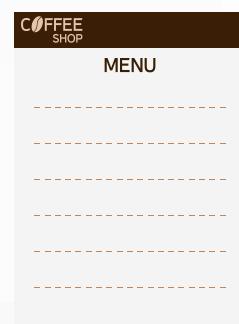
### Dr. Stefan Brandenburg

Technische Universität Berlin,  
Fachgebiet Arbeitswissenschaft  
Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum  
Usability (Region Ost)

[stefan.brandenburg@tu-berlin.de](mailto:stefan.brandenburg@tu-berlin.de)  
[www.kompetenzzentrum-usability.digital](http://www.kompetenzzentrum-usability.digital)



# Vier Design-Trends für die Kommunikation im Mittelstand



Nach einer Zeit werblicher Zurückhaltung gehen jetzt viele Unternehmen kommunikativ in die Offensive. Wer wieder sichtbar werden oder konkurrenzfähig bleiben will, sollte beim Design Mut und Innovationsfreude zeigen. Hier die wichtigsten Trends für die Print- und Onlinekommunikation.

## 1. Skalierbare Logos

Marken, die auf verschiedenen Kanälen kommunizieren, brauchen mehr denn je ein Logo, was sich den unterschiedlichen Anforderungen ohne Probleme anpasst – und trotzdem die Markenidentität unverwechselbar widerspiegelt. Vorbei sind die Zeiten, wo Logos mit ausgefallenen Bildern und detaillierten Grafiken ergänzt wurden. Denn Unternehmen, für die digitale Medien das wichtigste Marketingmedium sind, brauchen ein Firmenzeichen, welches auch dann noch funktioniert, wenn es für einen Social-Media-Post stark verkleinert wird.

Zudem gibt es auch immer häufiger formveränderliche Logos, das heißt, von dem Master-Logo werden je nach Anwendung verschiedene Versionen genutzt. So wird z. B. bei einer Print-Anzeige das komplette Logo gezeigt, während bei Instagram-Storys nur eine auf ein einfaches Markenelement reduzierte Logoversion zu sehen ist.

## 2. Minimalistisch und farbenfroh

Passend zu den anpassungsfähigen Logos ist auch dieser Trend: Minimalismus. Unternehmen verzichten auf kursive Schriftarten oder



Trend skalierbare Logos, die sich an viele unterschiedliche Anforderungen anpassen können.

andere visuelle Elemente. Stattdessen werden die Logos immer mehr zu schlichten Wortmarken mit einem starken und einfachen Schriftbild. Das erleichtert zudem den Kunden, sich mit ihrer Marke zu beschäftigen. Die Nutzer wünschen sich eine direkte Kommunikation und wollen ein Minimum an Aufwand betreiben, um Botschaften zu verstehen. Damit die Layouts bei aller Reduktion nicht langweilig werden, kommen immer häufiger kräftige Farben, Farbverläufe und ungewöhnliche Kontraste zum Einsatz.

### 3. Nostalgie

Einerseits gibt es den starken Trend beim Branding zu modernen und klaren Auftritten. Gleichzeitig boomen aber auch die Retro-Logos. Dies gilt vor allem für Marken, die schon viele Jahrzehnte aktiv sind. Offenbar möchte man die Kunden so daran erinnern, dass es eine erfolgreiche Unternehmensgeschichte gibt. Und vertraute Schriftzüge sorgen zudem für eine starke emotionale Bindung.

Aktuelles Beispiel ist Burger King: Das 2021 neu eingeführte Logo hat starke Ähnlichkeit mit dem Schriftzug, der von 1969 bis 1999 genutzt wurde.

### 4. Unkonventionelle Designs

Vor allem bei Webseiten, Online-Shops und Apps geht es um Nutzerfreundlichkeit und Ladegeschwindigkeiten. Der Nachteil: Das Webdesign ähnelt sich immer häufiger und überrascht die User nicht mehr. Verhindern lässt sich dies mit Layouts, die mit Konventionen brechen und verschiedene Stilelemente kombinieren. Collagen, unterschiedliche Hintergründe, mutige Typografie, interaktive Videos oder animierte Bilder – all dies sorgt dafür, dass Verweildauer und damit auch die Markenbindung steigen.



**Claudia Mattheis**  
Geschäftsführerin  
mattheis. Werbeagentur GmbH  
**BVMW-Mitglied**

[www.mattheis-berlin.de](http://www.mattheis-berlin.de)



# Klimaschutz durch Produktdesign



Klima- und Umweltschutz spielen für den Mittelstand zunehmend eine Rolle. Nicht nur durch äußerer Druck, sondern auch aufgrund eigener Werte investieren Unternehmen in den betrieblichen Klimaschutz. Im Produktdesign liegen viele Ansatzmöglichkeiten, um die CO<sub>2</sub>-Emissionen langfristig zu reduzieren.

**B**ei einem Produkt fallen in der gesamten Produktionskette Treibhausgasemissionen an: bei der Herstellung, der Verteilung, der Verwendung und der Entsorgung. Produktgestalter haben einen großen Einfluss auf die Umweltauswirkungen, da in allen Schritten Optimierungspotenzial liegt.

## Produktdesign ist ein Prozess

Dabei wird der gesamte Lebenszyklus eines Produkts betrachtet. Produktdesign verbindet technische, ästhetische, ökonomische, ökologische und soziale Zusammenhänge. Als Produkte gelten sowohl Endprodukte als auch Teilprodukte einer Fertigungskette und auch Dienstleistungen.

Bereits in der Rohstoffgewinnung lassen sich Treibhausgase reduzieren, wenn auf umweltverträgliche Materialien wie Holz, Papier, Textilien oder Leder gesetzt wird. Diese sollten möglichst aus kontrolliertem biologischen Anbau, lokal gewonnen, langlebig und biologisch abbaubar oder recycelt sein. Umweltzeichen wie der Blaue Engel können dabei als Orientierung dienen.

In der Produktion liegt der Fokus besonders auf der Ressourceneffizienz: der Einsparung von Energie, Wasser und Rohstoffen sowie auf einer lokalen Fertigung und dem Einsatz von Recyclingmaterialien. Bei der Verteilung kann auf Reduktion von Verpackungsmaterial oder die Wieder- und Weiterverwendung gesetzt werden. Auch der Vertrieb bietet Potenziale, sei es durch die Zustellung zum Endkonsumenten durch einen Fahrradkurier oder effizientere Logistik.

## Neue und alte Geschäftsmodelle

Viele der Maßnahmen lassen sich in ein bestehendes Geschäftsmodell integrieren. Einige bringen jedoch Umstrukturierungen von Unternehmensprozessen und neue Angebote mit sich. Besonders bei der Entsorgung eines Produkts wird dies deutlich: Statt das Produkt nach der Nutzung als Abfall zu entsorgen, sollte in geschlossenen Stoffkreisläufen gedacht werden. Ein Schritt ist die Wiederaufbereitung von defekten Produkten. Etwas komplexer ist die Weiterverwertung einzelner Produktteile oder das Recycling der Materialien. Durch diese Prozesse wird die Langlebigkeit des Produkts verstärkt. Auch können neue Geschäftsfelder durch die Vermietung von Produkten erschlossen werden.

## Klimafreundliches Ökodesign

Ökodesign ist ein Gestaltungsansatz, der mögliche Umweltbelastungen bereits im Entwicklungsprozess mitdenkt und versucht, diese zu verringern. Die Prinzipien dahinter sind Langlebigkeit, Material- und Energieeffizienz sowie Kreislauffähigkeit. Zudem sollten die Produkte reparierbar, problemstoffarm und aus nachwachsenden Rohstoffen gefertigt sein.

Mit der Ökodesign-Richtlinie wurden auf europäischer Ebene Kriterien festgelegt, die sich an den Bereichen Idee und Gesamtkonzeption, Material- und Energieeinsatz, Gestaltung und Konstruktion, Schadstoffe und Abfälle, Sozial- und Gesundheitsverträglichkeit sowie Produktkommunikation und Serviceleistungen orientieren. Jeder einzelne Bereich muss in den verschiedenen Lebenszyklusstadien



bedacht werden. Daraus ergibt sich eine Matrix von 30 Ansatzpunkten mit Möglichkeiten der Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen. Sie gilt für Produktgruppen, die energieverbrauchsrelevant sind, über ein signifikantes Einsparpotenzial verfügen oder ein ausreichendes Marktvolumen haben.

### Mehrweg-Versandsystem

Die memo AG (Mitgliedsunternehmen), ein Versandhandel für nachhaltigen Bürobedarf, bietet bereits seit 2012 neben den klassischen Versandkartons als Alternative die „memo Box“ an. Durch den Einsatz dieser wiederverwendbaren Kunststoff-Versandbox konnte bereits eine Vielzahl an Versandkartons eingespart werden. Positiver Nebeneffekt: Die Boxen sind deutlich stabiler als herkömmliche Versandboxen.

Ein inzwischen weitverbreitetes Beispiel für das Umdenken von Unternehmen ist die Vielzahl an Waterless-Produkten: Von Putz- und Spülmitteln in Tablettenform bis zu Zahnpastatabletten und Hafermilchpulver. Auch hier gehen die positiven Umweltauswirkungen durch das geringere Transportvolumen und die verminderte Lagerfläche mit einem Komfortgewinn für die Kunden durch ein geringeres Tragegewicht einher.

### Klimafreundlichkeit als Entscheidungskriterium

Bei der Produktplanung der Zukunft werden nicht nur Kosten, sondern auch Umwelt- und Klimaauswirkungen vermehrt ein elementares Kriterium sein. Für Unternehmen bietet ein klimafreundliches Produktdesign neue Chancen: niedrigere Kosten durch die Einspa-

rung von Rohstoffen, die Ansprache neuer Zielgruppen und die höhere Attraktivität für Investoren und Arbeitskräfte. Zudem können Einnahmen aus einer Erweiterung des bestehenden Geschäftsmodells generiert werden. Die Vorteile überwiegen: Es ist Zeit, die eigenen Produkte zu überdenken und weiterzuentwickeln.



i

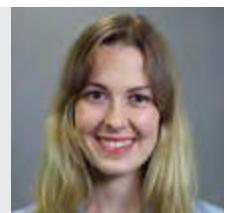
## Gut zu wissen

Der BVMW und das Fraunhofer IPK unterstützen im Projekt KliMaWirtschaft Unternehmen dabei, CO<sub>2</sub>-Emissionen systematisch zu reduzieren. Das kostenfreie Angebot umfasst drei Workshops, eine Klimaschutztoolbox und regelmäßigen Austausch mit Experten.

Mehr Infos: [www.klimaschutz-wirtschaft.de](http://www.klimaschutz-wirtschaft.de)

**Saskia Schmidt**  
BVMW Projektmanagerin  
Projekt KliMaWirtschaft

[saskia.schmidt@bvmw.de](mailto:saskia.schmidt@bvmw.de)



# Innovation und Iteration

Design Thinking ist ein Ansatz zur Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen. Inzwischen ist es sowohl im privaten als auch im öffentlichen Sektor sowie bei mittelständischen und Großunternehmen auf der ganzen Welt verbreitet. Der Ansatz hilft, die Bedürfnisse der Kunden optimal zu erfüllen.

**D**as Vorgehensmodell Design Thinking verwendet einen iterativen Ansatz (Wiederholung von Vorgängen) zur Entwicklung innovativer Lösungen. Es werden früh Prototypen erstellt. Prototypen sind oft einfache Modelle, die Aspekte eines Produktes darstellen und ergreif- und erlebbar machen. Ein einfaches Beispiel dafür wäre ein Papiermodell einer Nachbildung für eine Smartphone App. Dabei hilft das Feedback potenzieller Kunden, schon im Prototypen-Stadium Verbesserungen umzusetzen.

Es ist also menschenzentriert: Es stützt sich auf Erkenntnisse darüber, wie Verbraucherinnen und Verbraucher tatsächlich mit einem Produkt oder einer Dienstleistung umgehen, und nicht darauf, wie ein Unternehmen glaubt, dass sie damit umgehen werden. Um den Menschen wirklich in den Mittelpunkt zu stellen, beobachten die Design Thinker, wie Menschen ein Produkt oder eine Dienstleistung nutzen, und entwickeln das Produkt oder die Dienstleistung kontinuierlich weiter. Dies ist der iterative Teil des Design Thinking. Statt endlos zu forschen oder zu grübeln, werden schnell Prototypen zum Testen hervorgebracht.

## In Iterationsschleifen zur marktreifen Lösung

Im Gegensatz zur traditionellen Problemlösung, die ein linearer Prozess ist, bei dem ein Problem identifiziert und dann eine Lösung gefunden und umgesetzt wird, funktioniert Design Thinking nur, wenn es iterativ ist. Es ist weniger ein Mittel, um zu einer einzigen Lösung zu gelangen, als vielmehr eine Möglichkeit, das eigene Denken kontinuierlich weiterzuentwickeln und auf die Bedürfnisse der Verbraucher zu reagieren.

Obwohl es ursprünglich von Produktdesignern entwickelt wurde, wird es heute von Menschen aus allen Disziplinen genutzt. Besonders effektiv hat sich der Prozess bei der Strategieentwicklung gezeigt. In einer komplexen Welt muss man strategische Ziele regelmäßigen Anpassungen unterziehen, was der agilen Natur des Design-Thinking-Prozesses entgegenkommt.

## Gut zu wissen

- Design Thinking stellt die Bedürfnisse des Menschen in den Mittelpunkt
- Über das Testen visueller und haptischer Eindrücke fließen auch unbewusste Kundenbedürfnisse in die Produktentwicklung ein
- Durch Methoden wie das Customer Journey Mapping wird die Interaktion mit dem Kunden erforscht

## Design Thinking verändert die Arbeitskultur

Zudem verändern Design-Thinking-Prinzipien wie Experimentierfreude, Empathie oder Ambiguitätstoleranz die Arbeitskultur von Organisationen. Mitarbeitende setzen den Ansatz mittlerweile vom Personalwesen über Marketing bis in das Finanzwesen ein. Und da der Prozess menschenzentriert ist, bezieht er alle Beteiligten mit ein. Das stärkt die Attraktivität des Unternehmens und hilft, die Fachkräfte von morgen zu gewinnen.



### Immanuel Holtmannspötter

Agile Coach und Trainer bei Veränderungskraft  
BVMW-Mitglied

[www.veraenderungskraft.de](http://www.veraenderungskraft.de)



# Opas Büro ist tot

Mit einem durchdachten Büro-Design können Unternehmen die Performance ihrer Mitarbeitenden deutlich erhöhen. Im Fokus stehen dabei neue Konzepte wie kreative Freiräume und individualisierte Möbel. Darüber spricht Thomas Bromberger, Geschäftsführer der Bromberger Moderne Einrichtung GmbH, im Interview.

**D**ER Mittelstand.: Wie haben sich in den letzten Jahren Design-Ansprüche an moderne Büros verändert?

**Thomas Bromberger:** Klassische Büromöbel wie Schreibtisch, Stuhl und Schrank verlieren immer mehr an Bedeutung. Stattdessen stehen neue Konzepte wie Kreativräume oder gemütliche Treffpunkte im Vordergrund. Das Wichtigste ist, dass sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrer Arbeitsumgebung wohlfühlen. Nur dann sind sie wirklich motiviert, die maximale Leistung zu bringen. Statt mit einem Firmenwagen können Unternehmen bei qualifizierten Arbeitskräften daher auch mit gut ausgestatteten Arbeitswelten punkten.

**Worauf sollten Unternehmen bei der Einrichtung ihrer Büros achten?**  
Im Idealfall sollte sich die Corporate Identity auch in der Raumgestaltung und dem Innenausbau ausdrücken. Funktion und Design müssen optimal aufeinander abgestimmt werden. In kreativen und innovativen Unternehmen suchen sich die Mitarbeitenden je nach Tätigkeit einen optimalen Raum oder Bereich aus: stille Räume für konzentriertes Arbeiten und kommunikative Bereiche für Teamarbeit. Hier sollte man nicht an der falschen Stelle sparen. Vielmehr ist eine durchdachte Raumplanung als Investition in die Produktivität der Mitarbeitenden zu sehen.

**Inwiefern lassen sich diese Erkenntnisse auf das Homeoffice übertragen?**

Das Homeoffice ist aus Design-Perspektive ein Sonderfall. Private Wohnräume sind meist nicht für die tägliche Arbeit ausgestattet. Es fehlt etwa an ergonomischen Möbeln oder dem richtigen Licht. Büromöbel passen oftmals nicht zur privaten Wohnungseinrichtung. Eine Inneneinrichtung, die privaten und beruflichen Ansprüchen gleichermaßen gerecht wird, kostet sehr viel Geld. Zudem fehlen zuhause oft die Struktur und Nähe zu Führungskräften. Wer nicht intrinsisch motiviert ist und an eine klassische Work-Life-Balance gewohnt ist, wird es auf Dauer schwer haben.

**Welche aktuellen Design-Trends sind außerdem zu beobachten?**

Seit etwa fünf Jahren ist ein Trend zur Individualisierung von Büros zu beobachten. Unternehmen vermitteln ihre Kultur und Werte über die Einrichtung und Gestaltung ihrer Büros. Besonders die Kombination aus unterschiedlichen Stilen und Möbeltypen schafft diesen speziellen Look. Großraumbüros erhalten damit eine persönliche Note. Die Fragen, wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wieder zurück ins Büro kommen, oder wie man in der digitalen Welt am besten arbeitet, lassen sich nicht pauschal beantworten. Unternehmen soll-



## Visitenkarte

**Thomas Bromberger** ist Geschäftsführer der Bromberger Moderne Einrichtung GmbH in München. Die Firma bietet seit über 20 Jahren einen fachkompetenten und individuellen Büro-Einrichtungsservice.

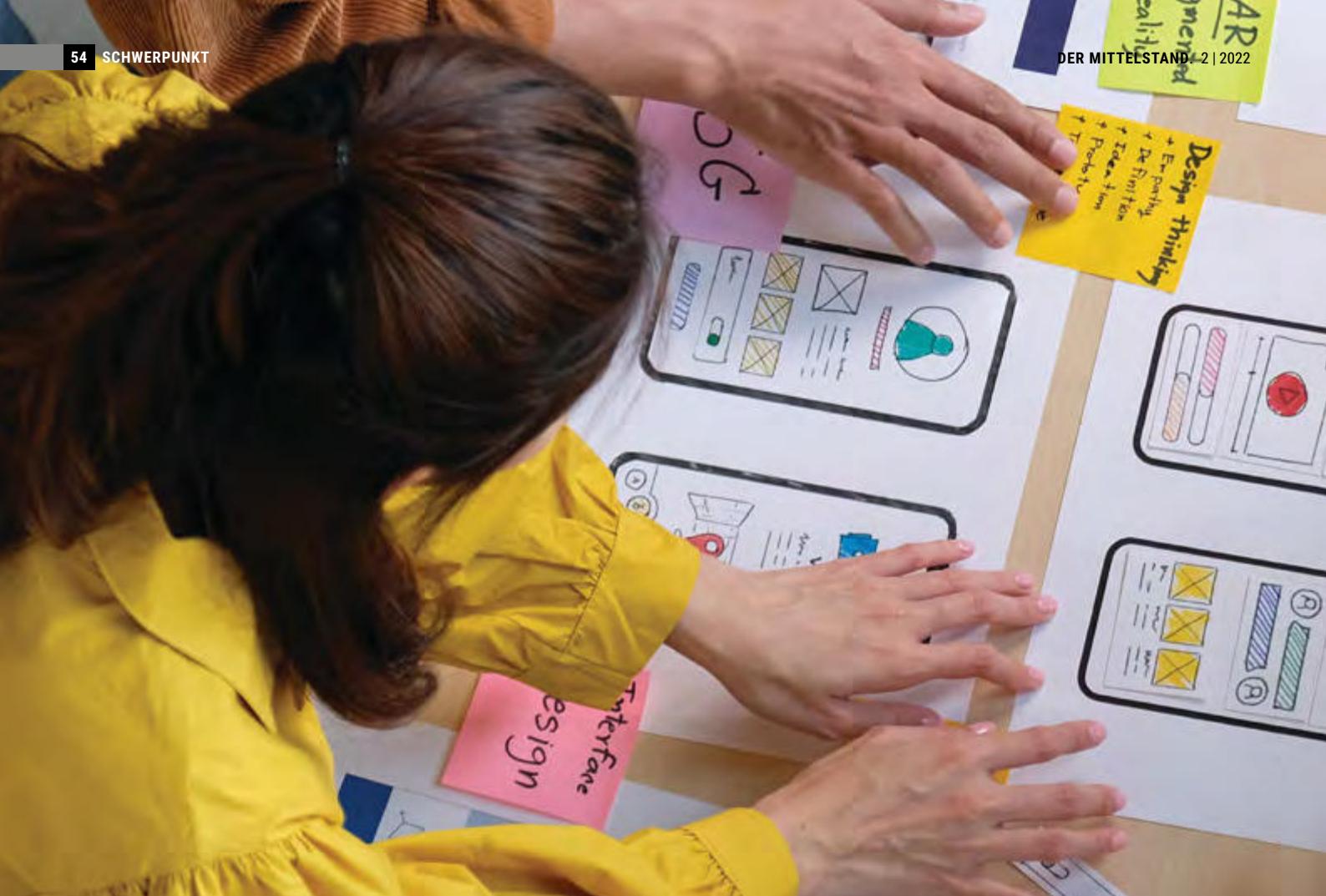
[www.buerogestaltung.de](http://www.buerogestaltung.de)



ten schnell umdenken, wenn sie sich Leistungsbereitschaft von ihrem Team wünschen.

*Das Interview führte Achim von Michel,  
BVMW Pressesprecher Bayern.*





# User Experience – mehr als nur Design

Wer über das User-Experience-Design einer Webseite spricht, sollte nicht zuerst an bunte Bilder und schöne Farben, sondern an die Interaktion mit dem Benutzer denken. Es geht darum, dessen Bedürfnisse zu erfüllen. Das ist auch für kleine und mittlere Unternehmen ein wichtiges strategisches Thema.

Digitale Kanäle sind für Unternehmen Informations-, Kommunikations- und Vertriebskanal in einem. Diese Kanäle so zu gestalten, dass sich die Nutzerinnen und Nutzer dort schnell zurechtfinden und wohlfühlen, ist eine wichtige Unternehmensaufgabe. Denn hinter jedem digitalen Kanal wie Firmenwebseite, Onlineshop oder App stehen Geschäftsziele. Beim Design der User Experience (UX) geht es also darum, eine Marke im digitalen Raum zur Geltung zu bringen und ein zielgerichtetes Kundenerlebnis zu gestalten, um die eigenen Businessziele zu erfüllen. Der Weg von einem guten Nutzer- zu einem guten Kundenerlebnis ist dann nicht mehr weit. Er führt von einer umfassenden Betrachtung zur sorgfältig verzahnten Gestaltung aller Kontaktpunkte zwischen Kunde und Unternehmen.

## Neue Möglichkeiten durch die Digitalisierung

Unternehmen rücken über individuellere Produkte näher an ihre Kunden heran, können in Echtzeit mit ihnen kommunizieren und Services rund um ihre Produkte anbieten. Die Digitalisierung verändert aber auch die Erwartungen von Kunden: Sie suchen oft nicht mehr nur ein passendes Produkt, sondern Erlebnisse, emotionale Bindungen und gerade auch im B2B-Bereich guten – digitalen – Service.

Damit aus den Möglichkeiten der Digitalisierung zufriedene und wiederkehrende Kunden werden, brauchen Unternehmen ein gutes UX-Design. Es macht aus einer einfachen Webpräsenz eines Unternehmens ein umfangreiches Informations- und Kommunikationsangebot, sorgt für niedrigere Abbruchraten beim Onlineshopping und unterstützt mit Leads und Abonnenten direkt den Vertrieb für mehr Umsatz.



### Bestandteile eines guten UX-Designs

Ziel ist es, die konkreten Informations- und Konsumbedürfnisse der Nutzer mit wenigen Klicks zu erfüllen. Das betrifft die Informationsarchitektur, die Nutzerauführung über Menüs im Web, Funktionen in der App, die visuelle Gestaltung der Inhalte bis hin zur passenden Beschriftung einzelner Buttons.

Um zu wissen, wie eine Webseite optimal aufgebaut sein muss, ist es wichtig, die Nutzer und ihre Bedürfnisse genau zu kennen. Dafür empfiehlt sich im Vorfeld die Erstellung von Personas, also idealtypischer Repräsentanten einzelner Zielgruppen. Bei deren Erstellung helfen Daten aus der gesamten Wertschöpfungskette ebenso wie das Wissen von Vertretern aus Vertrieb, Marketing und Kundenservice. Personas, Interviews mit echten Nutzern und die Entwicklung tauglicher Menüstrukturen mittels ‚Card Sorting‘ sind verschiedene Möglichkeiten, das bestmögliche Erlebnis für den Nutzer zu entwerfen.

**„Um zu wissen, wie eine Webseite optimal aufgebaut sein muss, ist es wichtig, die Nutzer und ihre Bedürfnisse genau zu kennen.“**

### Tracken, testen, optimieren

Ein kundenzentriertes digitales Angebot ist kein Ziel, sondern ein Prozess. Produkte, Märkte und Kunden verändern sich in diesem Prozess kontinuierlich, und Unternehmen tun gut daran, sich an diesen Veränderungen permanent neu auszurichten.

Usability-Tests im Betastadium einer Webseite und Eye-Tracking helfen, die Navigation oder den Weg zu optimieren, den die Kunden

zu ihrem Ziel zurücklegen. Das Tracken von Nutzerverhalten im Live-Betrieb ist anschließend ein passendes Werkzeug. Es liefert Daten etwa über die Verweildauer eines Nutzers auf der Webseite, den Ein- und Ausstiegspunkt des Besuchs und Anhaltspunkte über nicht vollzogene Kaufentscheidungen.

Idealerweise erstellt das Unternehmen im Vorfeld verschiedene Varianten einzelner Content-Elemente oder ganzer Seiten für verschiedene Nutzer oder Nutzungsszenarien. Die Software kann dann in Echtzeit entscheiden, welche Variante besser passt und tatsächlich angezeigt wird.

### Auch für den Mittelstand praktikabel

UX-Design ist ein komplexes Thema, keine Frage. Aber es ist auch für mittelständische Unternehmen ein unverzichtbares Instrument, um den Umstieg vom produktorientierten Denken zum kundenorientierten Handeln zu vollziehen. Gutes UX-Design sorgt für zufriedenere Kunden und mehr Umsatz. Dafür brauchen Unternehmen Daten und Wissen über ihre Kunden und Werkzeuge, um dieses Wissen in gute Kundenerlebnisse umzusetzen. Besonders für mittelständische Unternehmen, denen es manchmal an Kapazitäten fehlt, ist es gut zu wissen, dass es einschlägige Tools gibt, die sie dabei unterstützen.



#### Monika Schütz

Head of Mittelstand Digital Experience Products  
Adobe

<https://business.adobe.com/de>





# Best Practices

Eine Kapelle aus dem Drucker, das klingt wie Science-Fiction. Nachfolgend stellen wir dieses besondere Design-Projekt und noch weitere von BVMW-Mitgliedsunternehmen vor. Spannend wird es auch bei den Themen Corporate Design auf dem Land, Fotografie und Papier-Design.



## Besinnungskapelle aus dem 3D-Drucker



Modell der Kapelle aus dem 3D-Drucker.

Nach schweren Schicksalsschlägen ziehen sich Menschen oft in ihr Schneckenhaus zurück – dieser Gedanke liegt der Idee des Architekten Michael Keller für eine Besinnungskapelle nahe Ulm zugrunde. Mittels 3D-Druck lässt sich die Idee des Architekten vom Reißbrett optimal in die Realität umsetzen.

Beim Entwurf der Kapelle hat Keller Menschen im Auge, die einem Verstorbenen in diesem Raum besonders nahe sein möchten. Der Grundriss entspricht der Form eines Schneckenhauses. „Das Schneckenhaus bietet Geborgenheit, doch die geometrische Grundform ist kein Kreis, sondern eine Spirale, die einen wieder nach außen führt“, so Keller.

Holz als Werkstoff passt hervorragend zu dem aus dem 3D-Drucker gedruckten Gebäudeinneren, denn die circa 3 cm hohen

Betonschichten sehen aus wie Jahresringe. „Der 3D-Druck ist eine Technik, die Machbarkeitsgrenzen aufbricht und dabei gut aussieht“ schwärmt Keller. Das Gebäude wird sich in die Landschaft einschmiegen. Es besteht aus einer Holzlamellenstruktur mit Satteldach, das Holz stammt aus dem umliegenden Wald. „So wichtig wie Geborgenheit ist auch Weitsicht“ erklärt Keller. Vom Turm neben der Kapelle, einer Art Hochsitz, sollen die Besucher den Ausblick genießen und wissen, es geht weiter. „Die Planungen sind abgeschlossen, die Vorbereitungen laufen, wir haben vor, 2022 den Bau zu erstellen“, freut sich Keller. Bald wird man sich am Rande einer Baumwiese in der Nähe von Ulm in die kleine Kapelle zurückziehen können.

[www.freie-architekten-keller.de](http://www.freie-architekten-keller.de)

## Design vom Land – Design fürs Land

Unzählige Touristen zieht es jedes Jahr in die Feldberger Seenlandschaft im Herzen Mecklenburg-Vorpommerns. Eine atemberaubende Natur und pure Idylle prägen diesen besonderen Landstrich. Nirgendwo ist es andererseits auch drängender, sich mit dem digitalen Wandel zu beschäftigen. Hier, wo der Bus am Wochenende nur selten fährt und das Internet viel zu langsam ist. Und genau hier in der Feldberger Seenlandschaft arbeitet ein junges und motiviertes Team, das sich modernen Werbestrategien für den ländlichen Raum als Lebens- und Arbeitsort verschrieben hat: die zoneEINZ GmbH. Hier stolpert man täglich über verstaubte Reliquien aus den 90-er und Nuller-Jahren in Form von verpixelten Logos, unvorteilhaften Farben oder überalterter Funktionalität des Online-Auftrittes. Denn die Familienbetriebe und kleinen und mittleren Unternehmen der Region haben ganz andere Sorgen als ihr unvorteilhaftes

Corporate Design. Viele von ihnen können sich vor Arbeit nicht retten und finden kaum genügend Personal. Die Konsequenz: Außenansicht und Marketing bleiben dabei zumeist auf der Strecke. Wenn das Corporate Design das erste und auch letzte Mal mit der Firmengründung überdacht wurde, ist es jedoch höchste Zeit, sich der Gegenwart zuzuwenden. Entsprechen Website oder Logo nicht dem aktuellen gängigen Standard, ist man schnell bei der Zielgruppe unten durch, wird als altmodisch und provinziell abgestempelt. „Der visuelle, digitale Auftritt ist nicht nur die Visitenkarte, es ist der gesamte erste Eindruck – und den gibt es bekanntlich kein zweites Mal“, sagt Robert Gardlowski von der zoneEINZ. „Wir sprechen hier nicht von komplexen und animierten Landingpages oder dem kreativsten Logo. Es geht uns um einfache, aber wichtige Schritte, um aktuell und professionell zu bleiben.“ [www.zone-einz.de](http://www.zone-einz.de)

## Recruiting-Spots für Azubis

Die Suche nach Auszubildenden erfordert für Unternehmen heutzutage die Ausarbeitung neuer Ansätze und kreativer Herangehensweisen. Hier bieten sich dem Mittelstand vor allem durch Bewegtbild und Animation eine Vielzahl von Möglichkeiten, um bei jungen Menschen zu punkten. Auf der Suche nach Nachwuchs für Rauschert Oberbettingen hat die Werbeagentur TreeState Productions aus Wittlich (Rheinland-Pfalz) zwei Recruiting-Spots der anderen Art produziert. Rauschert ist ein innovativer Problemlöser im

Bereich Technische Kunststoffteile und Werkzeugbau. Doch trotz seiner 140 Mitarbeiter und Kunden wie Miele und Bosch war die Markenbekanntheit ausbaufähig. Daher kreierte TreeState in einer Kombination aus Echtfilm- und 3D-Elementen eine einzigartige Bildwelt, in der Rauschert und seine Produkte im Fokus stehen und durch Storytelling zum Leben erweckt werden. Die Filme haben Rauschert sowohl neue Bewerber als auch reichlich positives Feedback geschenkt – Mission erfüllt.

[www.treestate.de](http://www.treestate.de), [https://bvmw.info/rauschertnauten\\_youtube](https://bvmw.info/rauschertnauten_youtube)

## Vom Kundenwunsch zur neuen Produktlinie

Stefanie Messerschmidt steht mit ihrem Unternehmen waissgold für Qualität, Individualität und Ästhetik Made in Germany. Die Wurzeln von waissgold liegen im Papier-Design, einer Tätigkeit, die ausreichend Erfahrung und Fingerspitzengefühl erfordert. Ihre Bilder sind für all jene kreiert, die auf der Suche nach sinnbetont Wertigem sind. Die zeitlosen Karten-Kollektionen sind aus erlesenen und umweltschonenden Premium-Materialien gefertigt. Sie laden zum Aufbewahren ein und machen auch in einem Rahmen eine gute Figur. So gut, dass viele Kunden den Wunsch nach größeren Formaten zur Wanddekoration äußerten.

Aber das Umgestalten von Karten auf Wandbilder war gar nicht so einfach: Die Papiere und auch die Prägewerkzeuge waren nicht für ein Wandbild geeignet. Deshalb hat Stefanie Messerschmidt viel experimentiert, um die Produkte strapazierfähig, für Wohn- und Außenbereich sowie Bäder nutzbar zu machen. In der Entwicklung kämpfte die Unternehmerin mit den Folgen der Pandemie. Spezialisierte Manufakturpartner gaben auf.

Neue, die höchste Veredelungsqualität beherrschen, waren nur schwer finden. Parallel schnellten die Materialpreise in die Höhe. Trotzdem hielt sie an ihrem Vorhaben fest. Letzten Sommer war es endlich soweit. Allen Widerständen zum Trotz gingen die großformatigen Wandbilder endlich erfolgreich in den Verkauf.

**www.waissgold.de**



Stefanie Messerschmidt aus dem thüringischen Wasungen mit einem ihrer Wandbilder.



Der Mainzer Fotografin Carola Schmitt gelingt es, den magischen Moment einzufangen.

## Ein gutes Foto ist wie ein Storytelling

Gute Fotografen sind hervorragende Gestalter. Hier wird mit Geometrie, Linienführung, Kontrasten und grafischen Elementen gearbeitet, die dem Betrachter gar nicht bewusst sind, aber den großen Unterschied machen zwischen einem exzellenten und einem Durchschnittsfoto. Nicht umsonst spricht man von der Bild-Gestaltung. Damit ist das Zusammenspiel von Hauptmotiv, Hintergrund, Ausschnitt und Anordnung der Elemente gemeint.

Henri Cartier-Bresson, der Altmeister der Streetfotografie, sagte einmal, der Unterschied zwischen einem guten und einem durchschnittlichen Foto hänge von Millimetern ab. Oft sind es aber auch Millisekunden. So spielt beispielsweise in der Streetfotografie das Timing eine besondere Rolle, da sich Menschen in einer StraßenSzene ständig bewegen. Ein Bewegungsablauf ist in jeder Millisekunde anders und nur in dem einen, dem entscheidenden Moment. Dieser in der richtigen Millisekunde festgehaltene magische Moment, der die höchste Spannung zwischen den Bildelementen

hergibt, wird auch in der Reisefotografie oder Reportage gesucht. Und er wird in der Fashion- und der Werbefotografie inszeniert. Denn ein gutes Foto ist wie der Anfang einer coolen Geschichte, der Anreger für spannendes Kopfkino.

Wichtige Gestaltungsmittel sind Linien und Eckläufer, Muster, Farben und Formen, Perspektive, Anschnitt und Überlappung, Bewegungsunschärfe, Spiegelung, Silhouette, Licht und Schatten und eine Vielzahl von Kontrasten. Die stärksten Kontraste bewirken, dass das Auge vom Hauptmotiv wie ein Magnet angezogen wird und der Blick sich nicht entziehen kann.

Design wirkt unbewusst, auch in der Fotografie. Wie wandert unser Auge über ein Bild, eine Anzeige oder eine aufgeschlagene Magazinseite? In Sekundenschnelle wird es angezogen, aber wovon? Wie lange bleiben wir überhaupt in der Betrachtung? Wie sagte doch Henry Cartier-Bresson: „Ein gutes Foto ist ein Foto, auf das man länger als eine Sekunde schaut.“

**www.carolaschmitt.com**

# Wie man Design vor Nachahmung schützt

Ein gutes Design ist als Unique Selling Proposition im Marketing unverzichtbar und spielt daher im Wettbewerb eine bedeutende Rolle. Da ein gelungenes Design naturgemäß besonders herausgestellt wird, ist es auch sehr leicht zu kopieren. Daher stellt sich für Unternehmen die Frage, wie das Design effektiv gegen Nachahmung geschützt werden kann.



## Schutz durch Anmeldung

Der klassische Schutz durch Anmeldung des Designs ist weitgehend bekannt. Eine Gestaltung kann in Deutschland als „eingetragenes Design“ durch Anmeldung beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geschützt werden. Für einen Schutz auf EU-Ebene kann ein Gemeinschaftsgeschmacksmuster beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) angemeldet werden. Wird Schutz in Ländern außerhalb der Europäischen Union gewünscht, bietet sich eine Internationale Geschmacksmusteranmeldung bei der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) an. Bei allen Anmeldeverfahren ist es empfehlenswert, sich fachlich beraten zu lassen. Ein einfacher Fehler kann dazu führen, dass zwar ein Design eingetragen wird, es jedoch einen viel zu engen Schutz aufweist oder gar löschungsreif ist.

## Schutz ohne Anmeldung

Weitgehend unbekannt ist das „nicht eingetragene Gemeinschafts-

geschmacksmuster“. Es ist ein Designenschutz mit dreijähriger Gültigkeit in der gesamten EU und entsteht ohne Anmeldevorgang einfach dadurch, dass es erstmals gegenüber den Fachkreisen innerhalb der EU offenbart wird. Wer beispielsweise auf einer Fachmesse in München ein neues Design präsentiert, genießt ab dem Zeitpunkt der Präsentation einen dreijährigen (nicht verlängerbaren) Schutz in der EU. Der Schutz ist allerdings dahingehend eingeschränkt, dass nur echte Nachahmungen erfasst werden und keine zufällig ähnlichen Erzeugnisse. Eine (fast) identische Kopie spricht in der Regel für eine echte Nachahmung. Wer sich auf dieses Recht beruft, muss allerdings auch die erstmalige Offenbarung nachweisen und auch, dass er Entwerfer oder Rechtsnachfolger des Entwerfers ist.

## Unlautere Nachahmung

Ebenso wenig bekannt ist vielen Unternehmen der sehr praxisrelevante wettbewerbsrechtliche Nachahmungsschutz. Es handelt sich dabei um eine Form des unlauteren Wettbewerbs. Auch hier ist

eine Anmeldung nicht erforderlich; es kommt auf die Marktsituation an. Wenn ein Produkt im Markt eine gewisse Bekanntheit erlangt hat, und wenn es keine Dutzendware ist, dann ordnen die Kundenkreise es einer bestimmten Quelle zu. Sie entwickeln eine Herkunftsvorstellung. Wenn nun eine Nachahmung auf den Markt kommt, die sehr ähnlich aussieht, dann ordnen die Kundenkreise die Kopie derselben Quelle zu. Sie werden aufgrund der Ähnlichkeit über die Herkunft getäuscht. Wenn die Herkunftstäuschung vermeidbar war, zum Beispiel weil der Nachahmer ein anderes Design wählen konnte, dann ist sie unlauter und kann gerichtlich untersagt werden. Ähnliches gilt, wenn durch die Nachahmung der gute Ruf des Originals beeinträchtigt wird, oder wenn der Nachahmer ihm anvertraute Informationen missbraucht hat.

**„Wer beispielsweise auf einer Fachmesse ein neues Design präsentiert, genießt ab dem Zeitpunkt der Präsentation einen dreijährigen Schutz in der EU.“**

#### Urheberrecht überbewertet

Unternehmen berufen sich gegenüber Nachahmern oft auf ihr Urheberrecht an dem Design. Das deutsche Urheberrecht stellt Gebräuchsgegenstände als „Werke der angewandten Kunst“ unter Schutz, wenn das Design eine „persönliche geistige Schöpfung“ darstellt. Das bedeutet, dass die persönliche Handschrift des Entwerfers in dem Design zum Ausdruck kommen soll. Die einfache Kompilation vorbekannter Gestaltungselemente genügt nicht. Ob eine persönliche geistige Schöpfung vorliegt, entscheiden letztendlich die Gerichte. Der Europäische Gerichtshof hat zuletzt einen eher strengen Maßstab angelegt. Das bedeutet, dass sich ein Unternehmen nie darauf verlassen sollte, dass seine Gestaltung urheberrechtlich gegen Nachahmung geschützt ist. Denn sehr häufig wird der Schutz als Werk der angewandten Kunst verneint.

## Gut zu wissen

- Zum Schutz durch Anmeldung als „eingetragenes Design“ beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) gibt das DPMA Hinweise unter: [www.dpma.de/designs](http://www.dpma.de/designs)
- Für einen Schutz auf EU-Ebene hat das Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) Informationen unter: <https://eipo.europa.eu/ohimportal/de>
- Informationen zur Anmeldung bei der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) gibt es unter: <https://iportal.wipo.int/>



#### Geschäftsgeheimnis

Häufig werden noch unveröffentlichte Designs in Verkaufsgesprächen vorgestellt. Dann sollte vorher vereinbart werden, dass die vorgelegten Designs nicht ohne Erlaubnis verwertet oder weitergegeben werden dürfen. Seit 2019 schützt das Geschäftsgeheimnisgesetz die unerlaubte Verwertung von Geschäftsgeheimnissen durch den Empfänger. Es gewährt einen weitgehenden Schutz, verlangt jedoch den Nachweis angemessener Geheimhaltungsmaßnahmen.



**Marco Hoffmann**

Rechtsanwalt FRITZ Patent- & Rechtsanwälte  
Partnerschaft mbB  
**BVMW-Mitglied**

[www.patfritz.de](http://www.patfritz.de)



Anzeige

**SCOPEVISO**

# 9. CLOUD UNTERNEHMERTAG

## NEW WORK - AUF DIE DIGITALE ÜBERHOLSPUR!

Mittwoch, 04.05.2022  
 im Kameha Grand Bonn

#cut2022 #scopevisio

**KOSTENLOS ANMELDEN**  
[www.CUT2022.de](http://www.CUT2022.de)

# Produktpiraterie – auf Antrag wird vernichtet

Gefälscht werden nicht nur hochwertige Markenartikel, sondern auch Produkte des täglichen Bedarfs. Wer darauf Schutzrechte angemeldet hat, kann beantragen, dass der deutsche Zoll mit Einfuhrkontrollen gegen diese Form der Wirtschaftskriminalität vorgeht.



Die 58 Designermöbel, die Mitte September vergangenen Jahres in Osnabrück von einem Pressplattenfahrzeug zu Kleinholz gemacht wurden, waren aus Großbritannien versendet worden. Schon bei der ersten Lieferung hatten Zollbeamte eine beigelegte Rechnung entdeckt, die für den Originalwert der Ware viel zu niedrig ausgestellt war. Weil der Verdacht bestand, dass es sich hier um Fälschungen hochwertiger Möbel namhafter Hersteller handelte, wurden auch alle nachfolgenden Lieferungen des gleichen Versenders überprüft und Fotos davon an die Rechteinhaber verschickt. Die bestätigten schließlich den Verdacht und beauftragten den Zoll, die Falsifikate – Originalwert: 423.000 Euro – zu vernichten.

## Zahl der Plagiate wächst mit steigender Nachfrage

Vernichtet wurden im Januar vom Hamburger Zoll auch fast vier Millionen bedruckte Zigarettenpackungen aus China, die vermutlich in Polen mit illegal hergestellten Zigaretten befüllt werden sollten. Und am Flughafen Köln/Bonn konnten im vergangenen Jahr rund 24.700

gefälschte Handys, Tablets und Bluetooth-Kopfhörer aus Honkong mit einem Originalwert von mehr als 8,8 Millionen Euro aus dem Verkehr gezogen werden. Mit der steigenden Nachfrage der Verbraucher nach Markenprodukten wächst auch die Zahl der Fälschungen und Plagiate. Gegen diese Form der internationalen Wirtschaftskriminalität stemmt sich der Zoll mit seinen Einfuhrkontrollen.

## Wenn gefälscht, wird vernichtet

„Im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes dürfen wir grundsätzlich nur einschreiten, wenn der Inhaber von Schutzrechten uns generell beauftragt hat“, sagt Zoll-Sprecher André Lenz. „Im Rahmen der Antragstellung müssen uns Informationen und Fotos zu den geschützten Waren zur Verfügung gestellt werden – die Antragstellung und Bearbeitung erfolgt digital über unser Verfahren ZGR-online, über das die entsprechenden Informationen dann an alle Zolldienststellen in Deutschland sowie gegebenenfalls in anderen EU-Mitgliedsstaaten verteilt werden.“ Die Zentralstelle Gewerblicher

Rechtsschutz (ZGR) des Zolls in München entscheidet jährlich über mehr als 1000 solcher Anträge. Falls sich bei einer Zollstelle der Verdacht auf eine Fälschung ergibt, werden dann die Waren zurückgehalten und der betroffene Rechteinhaber und der Einführer darüber informiert. „Bestätigt der Rechteinhaber die Fälschung, wird die Ware in der Regel vernichtet“, so André Lenz, „geschieht dies nicht, wird die Ware freigegeben.“

### Wie Marken und Designs geschützt werden

Rechtlich schützen lassen sich nicht nur Marken oder Patente, sondern vor allem auch Designs. Ein Design ist nach dem Designgesetz „die zweidimensionale und dreidimensionale Erscheinungsform eines ganzen Erzeugnisses oder eines Teils davon, die sich insbesondere aus den Merkmalen der Linien, Konturen, Farben, der Gestalt, Oberflächenstruktur oder der Werkstoffe des Erzeugnisses selbst oder seiner Verzierung ergibt“. Das bedeutet, dass einerseits Logos, oder Layouts geschützt sein können, andererseits auch Formen wie die Konstruktion von Möbeln, Uhren oder anderen Produkten. Von Produktpiraterie besonders betroffen sind Kleidung, Sonnenbrillen, Taschen, Uhren, Körperpflegeprodukte, Spielzeug und Freizeitartikel wie Sportgeräte oder Spielekonsole. Zu den Klassikern gehören auch Mobiltelefone. „Sobald ein neues Modell auf den Markt kommt“, weiß ein Beamter des Hauptzollamts Köln, „haben wir am Flughafen binnen weniger Wochen Berge von Fälschungen auf unseren Schreibtischen.“



## Gut zu wissen

- Alle Informationen des Zolls über Marken- und Produktpiraterie: [https://bvmw.info/zoll\\_produktpiraterie](https://bvmw.info/zoll_produktpiraterie)
- Das Deutsche Patent- und Markenamt in Berlin führt das Register für Designschutz, worin neue Designs eingetragen werden können: <https://www.dpma.de/designs/schutz/index.html>
- Fast 3,5 Millionen Waren griffen deutsche Zollstellen 2020 auf

**Almut Friederike Kaspar**  
Journalistin

**mittelstand@bvmw.de**



### Impressum

#### DER Mittelstand. Unternehmermagazin des BVMW

#### Herausgeber

Der Mittelstand. BVMW e. V.  
Markus Jerger  
Potsdamer Straße 7 / Potsdamer Platz  
10785 Berlin  
[www.bvmw.de](http://www.bvmw.de)

**Titelbild:**  
© Thomas Lindemer

#### Redaktion

Tel.: 030 533206-16  
Fax: 030 533206-50  
[mittelstand@bvmw.de](mailto:mittelstand@bvmw.de)

Nicholas Neu (Chefredakteur)  
Eberhard Vogt (Mitglied der  
Chefredaktion)  
Friederike Pfann (CvD)  
Marvin-Berfo Günyel  
Lisa Richert  
Julia Rotsztyń  
Alem-Adina Weisbecker  
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](mailto:info@mattheis-berlin.de)  
[www.mattheis-berlin.de](http://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](mailto: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](mailto:servicegesellschaft@bvmw.de)

#### Druckerei

Möller Pro Media GmbH  
Zeppelinstr. 6  
16356 Ahrensfelde

Falls an einzelnen Stellen nur die männliche Form der Schreibweise verwendet wird, wird diese als geschlechtsunabhängig verstanden und bezieht alle Geschlechtsformen 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. Namenslich gekennzeichnete Beiträge sowie Selbstdarstellungen müssen nicht der Meinung der Redaktion entsprechen. „DER Mittelstand.“ übernimmt keinerlei Gewähr für den Inhalt der Anzeigen.

ISSN: 2510-425X





# Freiheit braucht ein Zuhause

Auf riesigen Flächen baut ein Team aus Bootsbauern, Elektrikern, Schweißern und Architekten jedes Jahr bis zu 100 Boote aller Art und sogar komplette Hafenanlagen. Bei Nautilus steht das Design-Hausboot im Vordergrund.

Freisein und Wohnen auf dem Wasser in den Hausbooten von Nautilus.

**D**ie Manufaktur mit Geschäftsführer Andreas Hoffmann hat sich auf hochwertige Hausboote spezialisiert. „Wir besetzen eine Nische“, sagt Hoffmann, „es geht um Wasserarchitektur, die eine organische Formssprache aufweist.“ Ein Haus, das sich durch und mit Wind und Wellen bewegen kann und dabei auch noch gut aussieht. Nicht umsonst bezieht sich der Markenname auf das futuristische Boot von Käpt'n Nemo aus dem Science-Fiction von Jules Verne. So sind alle Nautilus-Modelle ein origineller Blickfang. „Wir haben uns eher an schicken Penthäusern orientiert. Die typischen Hausboot-Kisten wollten wir nicht bauen. Unser Erfolg hat deshalb sehr viel mit dem Design zu tun.“ Wozu neben den runden Formen unter anderem zeitlose Materialien wie Holz und Aluminium, Panoramaverglasung, einklappbare Gangborde, Cabriodach oder eine faltbare Schlafkabine gehören können. Dabei bleibt immer im Blick, auch enge Schleusen und niedrige Brücken passieren zu können.

## Cross Over

Geplant werden die Modelle von Architekten. Der Anstoß zur Entwicklung kommt allerdings immer wieder von Mastermind Hoffmann: „Ich bin meine eigene Innovationswerkstatt.“ Kein Wunder bei seinem Werdegang. Schon als Kind war er Tüftler, ein Floß wurde da natürlich auch mal selbst gebastelt. Hoffmann entwickelte sich zum Allround-Handwerker, erwarb mehrere Berufsabschlüsse, arbeitete lange als Theatertischler, konzipierte und führte ein eigenes Restaurant. In der Freizeit ging er surfen und segeln. Aus diesen und noch weit mehr Einflüssen entstand die Nautilus-Idee.

## Design-Hausboote

Seine Produkte nennt er auch Design-Hausboote. Doch bleibt der 55-Jährige hier nicht stehen. Die auf das Wesentliche reduzierte, da-

bei jedoch elegante Gestaltung muss mit maximaler Funktionalität einhergehen, so Hoffmann. So einmalig seine Boote aussehen, so extravagant sind die funktionellen Innovationen. So verfügen die schwimmenden Häuser über einen patentierten E-Antrieb. Langfristig arbeitet Hoffmann an einem autarken, sich selbst versorgenden Wohnhaus – das nebenbei eben auch schwimmen, sich leise und frei von Verkehrsstress fortbewegen kann. Aber bei aller Nachhaltigkeit und effizienter Nutzung, so Hoffmann, kommt es auch darauf an: „Es muss Spaß machen.“ Bei der Nautilus GmbH ist der Spaß auf beiden Seiten zu finden – bei Entwicklern wie Kunden.



## Visitenkarte

### Nautilus Hausboote GmbH

Gründung: 2010

Firmensitz: Berlin und Königs Wusterhausen (Brandenburg)

Geschäftsführer: Andreas Hoffmann

Mitarbeiter: 30

BVMW-Mitglied

[www.nautilus-hausboote.de](http://www.nautilus-hausboote.de)



### Jörg Tudyka

BVMW Pressesprecher Brandenburg

[joerg.tudyka@bvmw.de](mailto:joerg.tudyka@bvmw.de)



Foto: © Nautilus Hausboote GmbH

# „Es geht um Schönheit und Ästhetik“

Ein Stuhl, verziert mit einer Borte, ein Vorhang, elegant gerafft mit einem handgemachten Tau, ein alter Lüster, der in neuem Glanz erstrahlt, oder ein Oldtimer, der wieder mit historischen Griffen ausgestattet wird: Wer die Jende Manufaktur betritt, glaubt sich erst in einem Museum.



Wenn man davon spricht, dass jemand eine positive Ausstrahlung hat, dann sind Christian und Diane Maren Jende dafür beispielhaft.

**Ü**ber hundertjährige Maschinen produzieren Ausstattungszierrat – der Tradition nach ein königliches Handwerk. Doch das Unternehmer-Ehepaar, die Posamente wie Quasten, Borsten, Kordeln, Fransen oder Textilkabel herstellen, wirkt alles anders als verstaubt. 2013 kauften Christian und Diane Maren Jende die insolvente Manufaktur, die 1884 in Berlin gegründet und Anfang der 2000er in die Lausitz verlagert wurde. Damit retteten sie ein Handwerk, das es weltweit nur noch selten gibt.

## Große Leidenschaft

Liebhaberei? Nein, wehren die beiden ab. Aber große Leidenschaft sei schon mit dabei. „Klar sind Posamenten was Exotisches. Aber wir sehen gerade darin eine Marktchance. Retro ist im Trend, und hochwertige Produkte werden stärker nachgefragt“, so Diane Maren. 80 Prozent der Aufträge sind individuell angefertigte Unikate, funktional, design- und detailverliebt. Da ist schon die Beratung anspruchsvoll. „Posamenten gibt es in einer wahnsinnigen Vielfalt. Das kann verwirrend wirken. Da braucht es viel Vorstellungskraft“, so Diane Maren Jende und umreißt das Prinzip ihrer Leistungen, zu denen seit anderthalb Jahren auch ein Nähatelier für Inneneinrichter und Architekten gehört. „Wir tragen dazu bei, ein Wohlfühlklima zu schaffen. Es geht um Schönheit und Ästhetik. Das hängt oft auch von kleinen Details ab. Nicht umsonst sagt man ja, jedes Haus hat eine Seele.“ Jendes fertigen mit ihren Mitarbeitern im wahrsten Sinne des Wortes Design zum Anfassen. Die Produkte aus edlen Stoffen und Garnen beeinflussen nicht nur die Atmosphäre, sondern auch das Raumklima.

## Design muss funktionieren

„Dennoch“, so Diane Maren Jende, „müssen wir die Leute da abholen, wo sie stehen. Was ist der Bedarf, welches Problem im Raum ist zu klären? Die Lösung muss, wie auch bei anderen Branchen, einfach

sein. Einfach im Sinne von verständlich und nachvollziehbar.“ Design müsse auch funktionieren.

„Maren ist die Strategin und ich eher der Künstler“ umreißt Christian Jende die Zusammenarbeit des Unternehmer-Ehepaars. Jendes fertigen Einzelstücke an, beliefern Inneneinrichter ebenso wie Theater, aber auch Privatpersonen, und stattet historische Gebäude aus. Für die Restaurierung der Schlösser in Cottbus-Branitz oder dem Dresdner Residenzschloss fertigten sie verschiedene Posamenten und einige der historischen Vorhänge. „Einerseits erhalten wir damit ein Handwerk, das es so kaum noch gibt. Andererseits fertigen wir auf den historischen Maschinen neue Kollektionen für den Geschmack von heute.“



## Visitenkarte

### Jende Manufaktur GbR

Gründung: 2013

Firmensitz: Forst (Brandenburg)

Geschäftsführerin/Geschäftsführer: Diane Maren und Christian Jende

Mitarbeiter: 7

BVMW-Mitglied

[www.jende-manufaktur.de](http://www.jende-manufaktur.de)



### Jörg Tudyka

BVMW Pressesprecher Brandenburg

[joerg.tudyka@bvmw.de](mailto:joerg.tudyka@bvmw.de)



Pendelleuchte PH 5 von Poul Henningsen.

# Skandinavien-Style

Seit über 90 Jahren ist der Stil der Skandinavier international bekannt und beliebt. Etliche Designlegenden begründeten den heutzutage oftmals genannten „Skandi-Look“ oder „Skandi-Stil“. Alles begann in den Großstädten Dänemarks, Norwegens, Schwedens und Finnlands.

Der Däne Poul Henningsen und der Finne Alvar Aalto prägten den typischen Skandinavien-Stil bereits im frühen zwanzigsten Jahrhundert. Doch erst in den 1950er- und 1960er-Jahren blühte das Design vollends auf und gewann an Popularität. Helle Farben, natürliche Materialien und insbesondere die Funktionalität beschreiben das Design der beliebten Möbel aus dem Norden. Mit der Inspiration der skandinavischen Natur wurden schon in den 50er-Jahren die ersten Möbelstücke schlüssig zurückhaltend und mit klaren Linien designiert.

## Farben, Natur und Mythologie

Helle Farben stehen angepasst an die kurzen Sommer und dunklen Winter immer im Mittelpunkt. Mit Akzenten in meist dunkleren Nuancen wie Schwarz, Gelb, Grün oder Blau werden schlichte Akzente mit Motiven aus der Mythologie und der Natur Skandinaviens gesetzt. Bei der Verarbeitung des Materials kommen die Natur sowie die skandinavische Qualität zum Vorschein: natürliche Elemente wie das Holz heimischer Bäume sowie Baumwolle, Leinen, Glas und Porzellan stehen im Vordergrund. Weniger nachhaltige Materialien wie Alu-

minium oder Plastik lassen sich nur selten wieder finden. Der Skandi-Stil wurde von Ikea aufgegriffen, das Unternehmen eröffnete 1958 seine erste Filiale und erlangte weltweite Bekanntheit. Dadurch wurde zwar eine kostengünstige Massenproduktion geschaffen, doch der Qualitätsfaktor blieb auf der Strecke. Etliche Möbelfirmen greifen das nordische Design jedoch noch heute auf, entwickeln es weiter, vereinen Qualität und Stil und vermarkten hochwertige Produkte.

## Pioniere des skandinavischen Designs

Wichtige Vertreter des Skandi-Looks in der Möbelbranche sind Poul Henningsen, der die Pendelleuchte PH 5 entwarf, sowie der Däne Arne Jacobsen mit seinem Klassiker Egg Chair. Der finnische Architekt Alvar Aalto wurde durch seine speziellen Konzeptionen im Bereich des naturgemäßen Bauens berühmt und war vom Deutschen Werkbund und von Bauhaus beeinflusst. Die Idee des skandinavischen Designs findet sich heute zudem in vielen wissenschaftlichen Debatten, Ausstellungen und Marketing-Programmen wieder.





Egg Chair von Arne Jacobsen.

## Gut zu wissen

- Der Däne Poul Henningsen entwarf die Pendelleuchte PH 5, die bis heute von der Louis Poulsen & Co produziert wird
- Arne Jacobsen gilt als einer der weltweit angesehensten Architekten Dänemarks und gewann etliche Preise
- Der finnische Architekt und Möbeldesigner Alvar Aalto gilt als Vater des Modernismus

i

**Benny Egholm Sørensen**  
Leiter BVMW Auslandsbüro Skandinavien

<https://bvmw.info/BennySørensen>





# Afrikas boomende Textil- und Designindustrie

Die Textil- und Bekleidungsindustrie ist einer der ältesten Sektoren der afrikanischen Wirtschaft, was die Produktion und die Beschäftigungsfähigkeit angehen. Sie birgt ein großes Entwicklungspotenzial auf nationaler Ebene und zunehmend auch im Export.

Die afrikanische Textil- und Bekleidungsindustrie, die überwiegend aus kleinen und mittleren Unternehmen besteht, ist in letzter Zeit stark gewachsen. Dies ist vor allem auf das steigende Interesse an den Traditionen Afrikas, insbesondere an bunten Stoffen, zurückzuführen. Die Wertschöpfungskette der Textilindustrie beginnt mit dem Anbau von Baumwolle und setzt sich über das Weben und Stricken des Garns zu Stoffen und dem Bleichen, Färben und Bedrucken der Stoffe fort, um modische Kleidung zu erhalten, die nun auf der ganzen Welt getragen wird. Jede Stufe der Wertschöpfungskette schafft zusätzliche Arbeitsplätze.

## Das enorme Textil-Potenzial Afrikas

Ein großer Teil des in der Textilindustrie verwendeten Rohstoffs wird in Afrika produziert. Viele afrikanische Länder wie Benin, Burkina Faso, Simbabwe, Ägypten, die Elfenbeinküste und Mali gehören zu den größten Produzenten von Baumwolle, dem wichtigsten Rohstoff für die Herstellung von Textilien. Die Länder produzieren Rohbaumwolle, verfügen aber nur über wenige nationale Textilindustrien, die Baumwolle in großem Umfang zu Garnen und Bekleidung verarbeiten, um den Exportbedarf zu decken. Meist exportieren die Unternehmen in Subsahara-Afrika Baumwolle nach Asien und reimportieren Baumwollstoffe nach Afrika, um daraus Kleidung für die Exportmärkte in Europa herzustellen.

Die afrikanische Textilindustrie, die über ein großes Angebot an qualifizierten Arbeitskräften verfügt, boomt. Und damit einhergehend

auch die Herstellung von hochwertiger Konfektionsbekleidung. Die rasche Entwicklung und Expansion der afrikanischen Textilindustrie ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen. Zum einen schätzen die Unternehmen der europäischen Textilindustrie die Tatsache, dass Afrika eine lange Tradition in der Textilproduktion hat, sei es in

**„Im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen hat die Textilindustrie eine der höchsten Investitionsrenditen in Afrika.“**

der traditionellen Weberei oder in der industriellen Fertigung. Zum anderen sind die Energiekosten in Afrika niedrig, und Waren können schnell nach Europa exportiert werden. Ein weiterer entscheidender Faktor: Die meisten afrikanischen Länder bieten eine breite Palette von Maßnahmen an, um private ausländische Investoren zur Beteiligung an genehmigten Industrieprojekten zu bewegen, insbesondere im Bereich der exportorientierten Produktion.

## Wax: der ikonische afrikanische Stoff

Der Wax ist durch sein charakteristisches Muster erkennbar und wurde lange Zeit als afrikanischer Stoff präsentiert. Der farbenfro-

**i**

## Gut zu wissen

- Die Afrikanische Kontinentale Freihandelszone (AfCFTA) ermöglicht es Unternehmen in Afrika, sich tiefer in die globale Wertschöpfungskette zu integrieren und zu einem wichtigen Akteur in der Weltwirtschaft zu werden
- AfrikaContact – Das neue Afrikamagazin des BVMW: Herausgegeben in Zusammenarbeit mit dem BVMW, gibt das Magazin dem Mittelstand wichtige Informationen für einen erfolgreichen Markteintritt auf den afrikanischen Markt
- Mehr erfahren: [https://bvmw.info/mittelstandsallianz\\_afrika](https://bvmw.info/mittelstandsallianz_afrika)

he Stoff, der den Eindruck erweckt, mit einem Wachs überzogen zu sein, wird sowohl für Konfektionskleidung als auch für Dekorationen und Möbel verwendet. Zu den bekanntesten afrikanischen ethnischen Stoffen gehören auch Bogotas, Kenté oder der gewebte Lendenschurz.

Wax wird nur in sehr geringem Maße auf dem afrikanischen Kontinent hergestellt, dafür insbesondere in den Niederlanden und in Indien. Der Großteil der Produktion wird von großen internationalen Konzernen übernommen, deren Fabriken in China angesiedelt sind und auf dem afrikanischen Markt expandieren.

Früher galt der Wax-Lendenschurz als ein Stoff, der Müttern oder älteren Frauen vorbehalten war. Heute wird er von der afrikanischen Jugend geschätzt, die sich gerne in den traditionellen afrikanischen Farben kleidet. Der Wax ist aber auch ein Zeichen sozialer Anerkennung und ein echtes Medium der nonverbalen Kommunikation. Jedes Muster hat eine Bedeutung: Die großen Ereignisse des Lebens – Verlobung, Hochzeit, Taufe, Beerdigung, Nationalfeiertage – werden durch die Veröffentlichung eines neuen Musters markiert.

### Marktchancen für den deutschen Mittelstand

Die weltweite Textilindustrie wird ihr Volumen in den kommenden Jahren voraussichtlich verdoppeln. Investitionen in die afrikanische Textilindustrie fördern nicht nur das Made in Africa und ermöglichen Baumwollbauern Arbeit, sondern bieten auch Ausbildungsmöglichkeiten für Schneider und eröffnen zudem einen neuen Vertriebs-

markt. Im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen hat die Textilindustrie eine der höchsten Investitionsrenditen in Afrika. So hat sich beispielsweise Tchibo, eines der ersten deutschen Unternehmen, das in die Textilindustrie in Afrika investierte, in den letzten Jahren zum weltweit drittgrößten Anbieter von Bio-Baumwolle entwickelt.

Deutsche Unternehmen können mit ihrem ausgeprägten Know-how in der Textil- und Modeindustrie einen großen Beitrag für Afrika leisten und ihrerseits von der schnell wachsenden afrikanischen Textilindustrie profitieren.



#### Mor Diop

BVMW Referent Außenwirtschaft – Afrika und frankophone Länder

[mor.diop@bvmw.de](mailto:mor.diop@bvmw.de)





Sarah Walenta



Michael Woltering



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/  
mittelstandsnetworker/](https://mittelstandsjob.de/mittelstandsnetworker/)

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

# 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 ‚Bundeskommunikation‘ in dieser Ausgabe mit:

## DANIEL PAPST

Patentanwalt, Diplom-Ingenieur, Geschäftsführer und Gesellschafter der Papst Licensing GmbH, erzählt von der Entstehung und Geschichte des Familienunternehmens. Darüber hinaus berichtet er von seiner Arbeit in dem weltweit agierenden Patentverwertungsunternehmen sowie von verschiedenen Ansätzen und Prozessen.

## PHILIPP PORST

Geschäftsführer der C. H. Müller GmbH, berichtet über die 150 Jahre alte Firmengeschichte des Familienunternehmens. Außerdem erzählt er von den vielfältigen Produktionsbereichen des Textilunternehmens und von wirtschaftlichen Unsicherheiten durch die Corona-Pandemie und die Lieferkettenkrise.





**DANIEL PAPST**

Geschäftsführer Papst Licensing GmbH & Co. KG

# „Patentabteilungen sollten keine Stiefkinder sein“

Daniel Papst ist Geschäftsführer der Papst Licensing GmbH & Co. KG in St. Georgen im Schwarzwald. Im Interview spricht er über die Abläufe und besonderen Herausforderungen in einem Patentverwertungsunternehmen.

**Prof. Dr. Jo Groebel: Herr Papst, Sie führen mit Ihrem Bruder zusammen als geschäftsführender Gesellschafter die Papst Licensing in St. Georgen. Spannend war für mich, dass Ihr Unternehmen auf rund 100-jährige Ursprünge zurückgeht.**

**Daniel Papst:** Ja, unser Großvater Herrmann Papst ist in Wien aufgewachsen und hatte im Jahr 1919 als 17-Jähriger die Idee einer durch einen Elektromagneten in Schwung gehaltenen Pendeluhr. Diese Erfindung ließ er beim österreichischen Patentamt als sein erstes von über 400 Patenten patentieren. 1932 machte er die Erfindung und Anmeldung des Grundlagenpatentes für einen Drehfeldmotor mit Außenkäfig, der die Ausgangsbasis für den weltbekannt gewordenen „Papst Motor“ gründete. Der patentierte, obertonarme Lautsprecher fand im Volksempfänger Serienanwendung, erste Lizenz-einnahmen flossen.

**Das hört sich sehr vielversprechend an. Wie ging es danach weiter?**  
Das Ingenieurbüro wurde 1942 auf dem Rathaus St. Georgen als „Gewerbebetrieb zur Herstellung von Außenläufermotoren“ eingetragen – daraus entstand die Papst Motoren KG, die seit 2003 unter ebm-papst St. Georgen GmbH & Co. KG firmiert. 1992 kam es unter Druck der Hausbank zum unfreiwilligen Verkauf der Papst Motoren GmbH & Co. KG, die Gründerfamilie war nicht mehr am Unternehmen beteiligt. Unser Vater Georg Papst sah im Gegensatz zur Bank ein Potenzial in dem Patentportfolio mit etwa 600 Patenten und anhängigen Anmeldungen und erwarb dieses 1993 unter großem Risiko. Mit der neu gegründeten Papst Licensing verwertete er die vormaligen Papst Motoren Patente – auch viele eigene Erfindungen sind dabei – und lizenzierte ehemalige Konkurrenten und Kunden überaus erfolgreich. Nach der Jahrtausendwende stieß zunächst mein Bruder Constantin zum Unternehmen, seit 2005 bin ich dabei. Die Patentverwertungsdienstleistung wird nun auch Dritten angeboten.

**Eine großartige Kombination aus juristischer und ingenieurwissenschaftlicher Kompetenz, die Ihre Firma auch heute noch kennzeichnet. Inzwischen operieren Sie weltweit und arbeiten als Patentverwertungsunternehmen.**

Unsere Kundinnen und Kunden sind unter anderem Patentinhaber, die irgendwo auf der Welt eine Patentverletzung, also einen Eingriff in den Schutzbereich ihrer eigenen Schutzrechte, befürchten. Häufig haben diese versucht, eine Patentverletzung zunächst direkt mit dem Verletzer zu klären. Besonders kleinere Unternehmen werden dann aber nur zu oft von großen bis hin zu multinationalen Unternehmen abgewimmelt. Hier kommen wir mit unserer Expertise und Reputation

ins Spiel. Als One-Stop-Shop liegen bei uns 30 Jahre Verwertungserfahrung und Durchsetzungskompetenz in einer Hand, und wir haben entsprechende Ressourcen, wenn nötig einem Patentverletzer Paroli bieten zu können. Über unsere Analysekompetenz, auch in Zusammenarbeit mit externen Partnern, können wir recht genau bestimmen, ob, in welchem Ausmaß und an welcher Stelle konkret eine Patentverletzung vorliegt. Ebenso, wie sich dies finanziell, das heißt, Chance versus Risiko, und gegebenenfalls juristisch bezüglich einer Patentdurchsetzung darstellt. Unser Ziel ist dabei, durch rationale und überzeugende Argumentation direkt gegenüber dem unberechtigten Patentnutzer gerichtliche Auseinandersetzungen zu vermeiden. Dies erfordert die Begegnung auf Augenhöhe auch mit multinationalen Unternehmen. Es geht um die Wahrung berechtigter Interessen und Durchsetzung valider Rechte.

**Erwerben Sie von Ihren Kundinnen und Kunden die Schutzrechte zur weiteren Verwertung, oder wie ist Ihr Geschäftsmodell gestaltet?**

Wir verfolgen mehrere Ansätze. Ursprünglich erwarben wir aussichtsreiche Patente und haben diese dann im eigenen Namen lizenziert und durchgesetzt. Dies hat uns auch als Marke im Patentmarkt gestärkt. Inzwischen haben wir uns ebenfalls in Unternehmen eingekauft, die mit Patentverletzungen konfrontiert waren, um sowohl unser Verwertungs-Know-how als auch die benötigte Finanzierung bereitzustellen. Auch eine fokussierte Patentprozessfinanzierung haben wir schon zur Verfügung gestellt. Prozessunterstützung im Sinne des Zugriffs auf unser Netzwerk erfahrener, hochqualifizierter Patent- und Prozessanwälte, technischer und ökonomischer Sachverständiger gehört ebenso zu unserem Angebot.

**Für Mittelständler sind die entsprechenden Aktivitäten ohne große eigene Rechtsabteilungen sehr aufwendig, zu aufwendig. Ganz abgesehen von den Energien und dem Zeitaufwand, den all das in jedem Fall bedeutet.**

Ja, die Verwertung und Verfolgung einer Patentverletzung kann ganze Abteilungen und ein erhebliches Budget binden. Wir nehmen den ursprünglichen Patentinhaber aus der Schusslinie, sowohl was den personellen als auch den finanziellen Einsatz betrifft. Wenn all dies auch noch international geschieht, zum Beispiel in den USA, gerät ein Unternehmen ganz schnell ohne unsere oder eine ähnliche Unterstützung an seine Grenzen.

**Wie sieht Ihr Business-Case aus?**

Unsere Verwertungsdienstleistung macht erst oberhalb bestimmter Volumina Sinn, zudem spielen der zu erwartende finanzielle Auf-



Das Firmengebäude der Papst Licensing GmbH & Co. KG in St. Georgen.

wand auch im Kontext antizipierter externer Sachverständigen- und Anwaltskosten sowie die Lizenzprognosen eine Rolle. Es muss also immer abgewogen werden: Risiko – insbesondere Kosten und Aufwand – versus Chance, also möglicher Ertrag mal Eintreffenswahrscheinlichkeit, sind in ein vernünftiges Verhältnis zu bringen.

#### **Welche Branchen decken Sie besonders ab?**

Historisch waren und sind es zunächst Elektronik und Motoren, also zum Beispiel elektrische Antriebstechnik. Inzwischen sind unsere Kompetenzfelder deutlich ausgeweitet worden. Auch wenn ich selbst Elektrotechnik studiert habe.

#### **Wie oft werden nicht zuletzt von Großunternehmen die Grenzen ausgereizt? Zum Beispiel, indem man bei einer unklaren Patentlage einfach mal loslegt und es darauf ankommen lässt, ob jemand dagegen aktiv wird?**

Bedauerlicherweise ist das an der Tagesordnung. In der Branche spricht man auch vom efficient infringement, also dem effizienten Verletzen, da der Verletzer einfach die Rechte, oft auch nach Kenntnisgabe durch den Patentinhaber, nutzt, und davon ausgeht, dass der Patentinhaber die Kosten und Risiken der Patentdurchsetzung scheut.

#### **Und bezüglich möglicher Blockierungsstrategien: Wie oft erwerben größere Unternehmen ohne Interesse an eigener Produktion Patente nur deshalb, um die Vorhaben kleinerer, konkurrierender Firmen, die diese brauchen würden, zu verhindern?**

Dies ist nicht die Regel, kommt meines Erachtens seltener im Bereich von Automotive und Elektronik vor. Wenn, dann eher in der Pharma- und der chemischen Industrie. Zudem sind häufig Entwicklungszyklen so rapide, dass Patente gar nicht mehr sinnvoll sind, jedenfalls wenn wir wieder an die Autoindustrie denken und besonders die

zugegeben nicht sonderlich massenmarktbezogene Formel 1. Hier wird von Woche zu Woche weiterentwickelt.

#### **In diesem Zusammenhang stellt sich auch die Frage nach den früher vielfach beklagten Patentverletzungen durch chinesische Unternehmen.**

Das Patentrecht in China orientiert sich am deutschen und ist unserm daher weit ähnlicher als das US-amerikanische. Und es funktioniert tatsächlich sehr gut, auch für Ausländer, wenn sie dort juristisch aktiv werden. Das gilt jedenfalls seit knapp zehn Jahren. Das hat seitens der chinesischen Regierung auch mit der Einsicht und Überzeugung in die eigene Erfindungsstärke und Notwendigkeit von starken Schutzrechten gegenüber Dritten zu tun. Bis hin zur Durchsetzung eigener Rechte in den USA, zum Beispiel durch Huawei. In der Branche wird auch bei Patent-Konferenzen in den USA von Insidern bestätigt, dass China vielleicht nach vielen Kriterien inzwischen sogar eine klarere und effizientere Struktur zur Durchsetzung eines chinesischen Patentes biete als ein US-Patent bei unserem transatlantischen Partner.

#### **VITA**

**Daniel Papst**, Jahrgang 1975, absolvierte das Studium der Elektrotechnik und Informationstechnik an der Universität Karlsruhe (TH) und schloss als Dipl.-Ing. im Jahr 2000 ab. Im selben Jahr wirkte er als „Intern“ bei der IP law firm Welsh & Katz Ltd., Chicago, bevor er von 2001 bis 2004 die Ausbildung auf dem Gebiet des gewerblichen Rechtschutzes bei der Kanzlei Reinhard Skuhra Weise & Partner GbR in München durchlief. Seit 2005 ist er deutscher Patentanwalt und bei der Papst Licensing GmbH & Co. KG in St. Georgen tätig, ab 2009 als Geschäftsführer.

**Das zeigt, wie sehr sich liebgewonnene Denkmuster verändern müssen. Das gilt auch bei der Rolle, die der Mittelstand den Patentabteilungen, ob intern oder in Partnerschaft mit Externen, zuweist. Sie plädieren für eine Veränderung: Schutz ja, aber nicht ausschließlich und nicht einmal primär, sondern ein Nutzen der Patente für eigene Geschäftsmodelle und für Lizenzvergaben. Also von Reaktiv zu Proaktiv?**

Wir finden das in gemeinsamen Studien mit Hochschulen bestätigt. Patente werden vielfach angemeldet und bleiben danach meist in der Schublade als Verwaltungsposten und -kosten. Patentabteilungen sollten in Unternehmen keine Stiefkinder sein, man kann sie viel mehr zur Entwicklung von bestehenden und neuen Geschäften hinzuziehen, nicht zuletzt durch Lizenzyierung und Blicken über den Tellerrand.

#### **Eine ziemlich komplexe Materie ist die sich derzeit in Deutschland vollziehende Veränderung der Patentgesetzgebung.**

Es wird sich erst in einigen Jahren erweisen, ob meine Meinung trifft, dass sich unser Land international mit der Aufweichung des Unterlassungsanspruches einen Bärenhund erwiesen hat. Als spezialisiertes und flexibles mittelständisches Unternehmen werden wir aber auch damit umgehen können.

#### **Wir waren einmal ein Vorbildland für Ingenieurwesen und Patente.**

##### **Wie steht es heute damit?**

Es trifft durchaus noch immer zu. Nur müssten die öffentliche Anerkennung, die durch die Politik und nicht zuletzt die Umsetzung dieser Anerkennung zum Beispiel in den Bildungsstrukturen viel größer werden. Innovative Ingenieure braucht das Land. Dann müssten wir internationale Konkurrenz nicht fürchten. Das gehört schon in die Schule, um Schülerinnen und Schüler zu technischen Berufen zu motivieren. Dazu gehört sicherlich auch eine gewisse Durchhaltebereitschaft der Ausbildungswilligen.

**Leider hapert es manchmal daran, auch wegen vermittelter Weltbilder, dass man auch mühelos durchs Leben kommen könne. Das gilt nicht für Sie. Sie haben an der Technischen Hochschule Karlsruhe, sehr renommiert, das aufwendige Studium der E-Technik absolviert. Und dann auch noch die Qualifikation als Patentanwalt erworben. Aber sicher entspannen Sie auch manchmal ...**

Musik gehört zu meinen Leidenschaften, ich engagiere mich vielfach regional ehrenamtlich – auch in der lokalen Jugendmusikschule. Vor kurzem habe ich eine Prädikantenausbildung der evangelischen Landeskirche in Baden abgeschlossen, ich bin Kirchenältester in meiner Kirchengemeinde und predige auch ab und zu. Zudem bin ich Stiftungsbeiratsvorsitzender unserer Stiftung „Helfen aus Dank“.

#### **Gibt es sportlichen Ausgleich?**

Ich war Fallschirmjäger bei der Bundeswehr und mag den Sport auch jetzt noch gerne. Aber über eine seltene Runde auf dem Trimm-Dich-Pfad und mal ein Stündchen Skifahren am Lift hinter unserem Wohnhaus geht es selten hinaus. Die Verbindung aus christlich geprägtem Ethos und unternehmerischem Wirken kennzeichnet mich vermutlich im privaten und im beruflichen Leben doch eher.

**Das wurde auch in unserem Gespräch sehr deutlich.  
Ich danke Ihnen ganz besonders herzlich dafür.**



Patent und Produkt im Abgleich.



Das Gespräch führte der Medienexperte  
Prof. Dr. Jo Groebel

**PAPST  
LICENSING**

**Papst Licensing GmbH & Co. KG**

**Rechtsform:** GmbH & Co. KG

**Gründung:** 1992

**Sitz:** St. Georgen (Baden-Württemberg)

**Geschäftsführer:** Constantin Papst, Daniel Papst

**Mitarbeiter:** 10

**Umsatz:** k. A.

**Branche:** Dienstleistung (Verwertung verletzter Patente)

**Webseite:** [www.papstlicensing.com](http://www.papstlicensing.com)



**PHILIPP PORST**  
Geschäftsführer C. H. Müller GmbH

# „Wir fühlen uns zu oft allein gelassen“

Über 150 Jahre Firmengeschichte zeichnet die C. H. Müller GmbH aus. Geschäftsführer Philipp Porst erläutert im Interview die vielfältigen Produktionsbereiche des Textilunternehmens und worauf es dem Familienbetrieb im sächsischen Heinsdorfergrund besonders ankommt.

**Prof. Dr. Jo Groebel: Ein Normalbürger assoziiert mit dem Begriff Textil vermutlich Kleidung. Ihr Unternehmen, dem Sie als geschäftsführender Gesellschafter vorstehen, produziert aber Textil in einem erheblich weiteren Sinne des Begriffs.**

**Philipp Porst:** Die Ursprünge der Firma beziehen sich tatsächlich auch auf die Herstellung von Baumwollstoffen für die Fertigung unter anderem von Hemden und den Vorläufern von Socken. Heute sprechen wir aber vor allem von faserverstärktem Material beziehungsweise Kunststoffen für viele Anwendungen bis hin zum medizinischen Bereich. So den Orthesen, den Stützmitteln zum Beispiel zur Entlastung von Gelenken. Ganz wichtig ist der Automobil- und der Flugzeugbau, beispielsweise Sitze mit höchst anspruchsvollen Voraussetzungen wie Belastbarkeit, Feuerfestigkeit, Türverkleidungen und vieles mehr. Auch die Ummantelung von Rohren und Leitungen gehört zum Produktspektrum für modernes Textil dazu. Dabei bemühen wir uns, die Textilen smart zu machen und mit weiteren Funktionen zu versehen.

**So modern Ihre Erzeugnisse sind, Textil in der Urform ist so alt wie die Menschheits- und die Kulturgeschichte. Gibt es immer noch eine umfassende, Altes wie Neues einschließende Definition für das Material? Zum Beispiel ein flexibler Stoff, der in irgendeiner Weise im weitesten Sinne Schutzfunktionen erfüllt?**

Sicherlich sprechen wir bei Textil über Natur- oder Kunststoffe, die durch Flechten oder ähnliche Prozeduren zum Beispiel zu Materialflächen weiterverarbeitet werden. Traditionell gehörten Weben und Stricken dazu, bei Vliestoffen wird die Verbindung aber auch durch physikalische oder chemische Verbindungen zwischen den Fasern geschaffen. Mechanik und Chemie, Naturmaterialien und Kunststoffe zählen also insgesamt zur Herstellung flexibler Grundlagen für praktische Anwendungen in fast allen Lebens- und Industriebereichen.

**In der zunächst historischen Sicht auf Ihr Metier gerne etwas mehr zu der Verbindung aus Tradition und Innovation, die Ihr Unternehmen und seine Vorläufer auszeichnete. Gegründet in Reichenbach, Sachsen, durch Carl-Heinrich Müller am 9. September 1868, ging es mit Handwebstühlen los.**

Ganz richtig, und es ging mit seinen zwei Söhnen weiter. Einer der beiden hatte eine Tochter, die dann Johann Porst heiratete.

**Voilà, Ihr Name kennzeichnet also nahezu die gesamte Firmengeschichte.**

Genau, wir sprechen von meinem Urgroßvater. All dies ist übrigens in unserer Unternehmenschronik anlässlich des 150-jährigen Be-

stehens festgehalten. Manches ging leider verloren, unter anderem durch Beschlagnahmung, als nach dem Krieg im Rahmen der Kollektivierung Besitztümer enteignet wurden. Das Wichtigste jedoch ist in unserem Archiv zu finden.

**Passend zum Thema, vermutlich ist heute der Regionalbezug immer noch wichtig – nicht zuletzt wegen der Arbeitskräfte.**

Fachkräfte finden wir hier im Vogtland genug, auch durch die attraktiven Lebensbedingungen. Aber ebenso, da wir in einem Zentrum der Automobilindustrie tätig sind, einem unserer wichtigsten Geschäftsfelder. In weniger als drei Stunden sind wir in jedem der entsprechenden anderen Ballungsräume, München, Nürnberg, Berlin sowie Metropolen in Mittel- und Osteuropa, abgesehen von der Industrie direkt vor Ort wie zum Beispiel Dresden.

**Geopolitisch bedingt, ist auch Ihr Unternehmen im Laufe der Geschichte zwangsläufig durch etliche Krisen gegangen. Aktuell haben wir Covid-19 und die Folgen erlebt.**

Henry Ford hat sinngemäß gesagt, dass Erfolg unter anderem darin besteht, sich an bestehende Umstände flexibel anpassen zu können. So kamen wir durch die Weltwirtschaftskrise der 1920er, so überlebten wir den Zweiten Weltkrieg und die Jahrzehnte danach. 2020 war coronabedingt auch wieder schwierig für uns: Abbruch der Lieferketten, wirtschaftliche Unsicherheit. 2021 wurde leider noch schlimmer, nicht zuletzt durch die Krise mit Zulieferungen. Die Medienberichte über eine prosperierende Zeit treffen für uns nicht zu. Wir baden aus, wenn es regelmäßig zu Produktionsabbrüchen kommt. Auch in dieser Situation haben wir aber gelernt, uns anzupassen.

**Welche Konsequenzen müssten von der Politik in dieser Situation gezogen werden?**

Für mich ist ein zentraler Punkt die Aufforderung an die Politiker, mehr Rückgrat zu haben und sich nicht immer wieder den Großkonzernen mit ihren großen Apparaten und Lobbygruppen zu beugen, die für sich Steuervorteile herausholen können, die den Kleineren und dem Mittelstand versagt bleiben. Wir haben kaum Entlastung erfahren.

**Dabei entstehen an die 70 Prozent der Wirtschaftskraft in Deutschland durch mittelständische Unternehmen.**

Wir fühlen uns zu oft allein gelassen. Zu klein für die spektakulären Hilfsaktionen wie für die Lufthansa. Zu groß, um staatliche Überbrückungen wie Kleinunternehmer zu erhalten. Bestenfalls ab und zu mal ein Tropfen auf den heißen Stein. Gerade bei Corona wurde die Verantwortung unter anderem bei 2G und 3G auf die mittelständischen Arbeitgeber abgeschoben. Zudem gab es ein unglaubliches Hickhack,



Der Firmensitz der C. H. Müller GmbH im sächsischen Heinsdorfergrund.

heute diese Vorgaben, morgen jene, und regelmäßig ohne gute öffentliche Infrastruktur. All dies hat uns pro Monat mal eben jeweils etliche tausend Euro zusätzlich gekostet. Wir müssen zum Teil kaum nachvollziehbare Entscheidungen, die an anderer Stelle getroffen werden, regelmäßig ausbaden.

**Immerhin haben sich der BVMW und dessen Bundesgeschäftsführer Markus Jerger dazu eindeutig und kritisch in den Medien und der breiten Öffentlichkeit positioniert. Wo sehen Sie insgesamt jetzige und künftige Schwerpunkte des Verbands?**

Die entsprechende Lobbyarbeit für den Mittelstand ist wichtiger denn je. Nicht zuletzt durch die neuen politischen, die wirtschaftlichen und auch die gesellschaftspolitischen Veränderungen, die wir alle gerade erleben. Auch unbequeme Wahrheiten und dazu passende Forderungen für eine erfolgreiche mittelständische Wirtschaft müssen prominent geäußert werden. Dies hat der BVMW immer als eine zentrale Aufgabe gesehen. Der Dialog mit der Politik auf höchster Ebene gehört dazu.

**Eine Kernherausforderung für viele Mittelständler ist die Nachfolgefrage.**

Wir haben den Wechsel 2019 von der Vorgängergeneration zu meiner durch meine Übernahme des Vorsitzes in der Unternehmensleitung vollzogen, ich bin jetzt 42, war selbstverständlich auch schon vorher im Unternehmen tätig. Meine Söhne sind noch recht jung, ich setze aber auf Kontinuität.

**An Enthusiasmus für Ihre Produkte dürfte es jedenfalls nicht mangeln. Die Reichweite ist riesig, von der Medizintechnik bis hin zur schon genannten Automobilausstattung.**

Nicht zu vergessen gegen Covid-19 hochwirksame Filter, die wir kurzfristig 2020 entwickelt haben. Sie können in Fahrzeugen unterschiedlichster Art verbaut werden. Im Bereich der Medizin produzieren wir zum Beispiel beheizbare Matratzen für Inkubatoren, die selbstverständlich höchsten Sicherheits-, Hygiene- und Komfortstandards genügen müssen. Dann sind wir Hersteller klassischer Materialien für Orthesen, man kennt das von den Stütztextilien nach Beinverletzungen oder anderen Handicaps. Auch im Operationssaal kommen wir zum Einsatz, nämlich da, wo sterile, zugleich flexible Materialien erforderlich sind, Schutzüberzüge von Hauben, die dann auch leicht austauschbar sein müssen.

**Wie verteilen sich die Umsätze in etwa auf die von Ihnen ausgestatteten Branchen?**

Wir sind ziemlich automobillastig, dort rund 80 Prozent, andere Bereiche sind die schon genannte Medizin, aber auch der Flugzeugbereich, Leichtbau und Dämmstoffe sind ein wichtiger Produktfaktor.

**Sie sprachen bereits von den faserverstärkenden Kunststoffen.**

Und die Verbindung mit Naturfasern. Carbon wird immer mehr eingesetzt, in Koffern, im Fahrzeugbau. Widerstandsfähig, fest und zugleich ganz leicht. Allerdings nicht einfach zu recyceln.

**Bis hin zum Karosseriebau.**

Ganz recht, wenn auch noch recht aufwendig in der Herstellung.

**In dem Zusammenhang würde ich gerne noch einige Begriffe aus Ihrer Produktion klären. Es gibt die Laminierung, das Kaschieren, die Verkleidung, die Mischgewebe. Können Sie das kurz erläutern?**

Beim Kaschieren werden mindestens zwei Materialien miteinander verbunden, das Resultat bietet dann bessere Eigenschaften als jeder einzelne Stoff. Beschichtung ist das Anbringen einer Schicht je nach Kundenvorgabe. Polymere spielen hier eine wichtige Rolle, wiederverwertbar später zum Beispiel in Plastikflaschen. Generell geht es um die Erhöhung von Widerstandsfähigkeit und Stabilität überall da, wo

## VITA

**Philipp Porst**, geboren 1979, ist seit Januar 2004 im Familienunternehmen C. H. Müller GmbH tätig und seit 2019 Vorsitzender der Geschäftsführung. Seit seinem Eintritt im Unternehmen bekleidete er verschiedene verantwortliche Positionen und investierte viel Zeit in den Ausbau des Unternehmens zum Technologiepartner der Industrie und als Full-Service-Supplier. Im Zuge dessen gründete er eine US Tochtergesellschaft und baute das Geschäft durch die Expansion in neue Märkte und Branchen erheblich aus. Aufgrund seines Interesses für IT-Prozesse konnte das Unternehmen sich einen erheblichen Vorsprung vor dem Wettbewerb durch einen hohen Grad an Prozessdigitalisierung schaffen. Neben dem Abschluss des Ingenieurstudiums im Bereich Textil- und Ledertechnik galt sein Interesse stets dem Bereich der Polymer- und Werkstoffkunde. Er ist verheiratet und hat zwei Kinder.

Textilien oder die von ihnen umgebenen elastischen Gegenstände starken Belastungen ausgesetzt sind. Zudem ist Nachhaltigkeit immer wichtiger. Dabei spielen smarte Textilien eine immer größere Rolle.

#### **Ist das die Bank im öffentlichen Nahverkehr, die nach Beschmierung zurückschlägt?**

Nein, intelligente Textilien zeichnen sich dadurch aus, dass sie anpassungsfähig für unterschiedlichste Anwendungen sind. Sensorik bis hin zum Erkennen einer Krankenhausmatratze, ob ein Patient durchgelegen ist, gehört zu den Beispielen. Weitere stammen wieder aus der Automobilindustrie.

#### **Aber auch ein solches Urmaterial wie Leder gehört für Sie noch zu den geschätzten und verwendeten Materialien.**

Es ist für mich ein ganz toller Werkstoff. Tiere werden übrigens nicht dafür getötet. Verwendet wird nahezu ausschließlich Leder, das nach der Schlachtung für Lebensmittel übrig bleibt. Und es gehört als Schutz zur Menschheitsgeschichte so dazu wie andere Grundmittel des Lebens. Durch Granulierung schaffen wir auch hier Produkte im Sinne von Lederfasermaterial, die ökonomisch, widerstandsfähig und haptisch angenehm sind. Es wirkt durchaus luxuriös, ist zugleich nachhaltig.

#### **Der Autofan wird sich freuen. Und selbst Yachten statten Sie aus.**

Richtig, auch wenn das keine riesigen Volumina sind.

#### **Selbst Kunstleder ist heute nicht mehr verpönt.**

Es hat Vorteile, wächst auf der Rolle, wird aber auch marketingtechnisch gut platziert. Tesla setzt darauf. Leider trifft bei der PVC-Produktion von Kunstleder die Herstellungsnachhaltigkeit definitiv nicht zu. Selbstverständlich gibt es hier auch exzellente und nachhaltige Neuentwicklungen.

#### **Apropos Neuentwicklungen. Wieviel Prozent Ihrer Mitarbeitenden sind damit und mit der Forschung befasst?**

Rund fünf Prozent arbeiten in diesem Bereich.

#### **Und die internationale Verteilung?**

Rund 330 Mitarbeitende in Deutschland, Umsatz hier etwa 65 Millionen. In den USA 60 Mitarbeitende bei 22 Millionen Dollar Umsatz.

#### **Ihre Werte haben Sie dabei schon genannt: Nachhaltigkeit, die Verbindung aus Tradition und Fortschritt.**

... und dass wir integrativ arbeiten. Seit Generationen und selbstverständlich auch heute sind das Wichtigste, was wir haben, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ohne sie funktioniert nichts. Alle sind Teil des Teams, das macht und macht unser Unternehmen vor allem aus. Dabei denken wir immer langfristig. Herkunft, Geschlecht, Alter spielen keine Rolle. Engagement und Loyalität sind entscheidend.

#### **Zum Team gehören Sie selbst. Daher auch die Frage nach Ihrer Person.**

Ich bin früh ins Unternehmen hineingewachsen. Schon mit zwölf an der Werkbank, um mir etwas Geld hinzuzuverdienen. Dies hat mir geholfen, genauso wie das spätere Studium der Textil- und Werkstoffkunde in Erlangen und Zwickau. Nebenbei habe ich noch eine kleine IT-Firma.



Breit aufgestellt: Bei C. H. Müller liegen die unterschiedlichsten Materialien auf Lager.

#### **In der Kombination sicherlich gut anzuwenden, und Ihr Aufenthalt in den USA trug auch positiv zu Ihren Berufserfahrungen bei.**

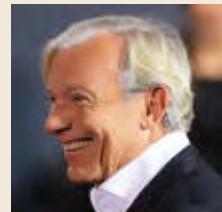
In den USA bin ich mindestens ein bis zwei Wochen im Monat, unseren dortigen Standort in South Carolina habe ich gegründet und aufgebaut. Mein Vater legte insgesamt Wert darauf, alle Geschäftsbereiche von der Pike auf kennenzulernen.

#### **Bleibt Zeit für freie Stunden?**

Die Familie, dann Sport, und die Leidenschaft für Autos macht mich durchaus zum Petrolhead.



#### **Ich danke für das erfrischende Gespräch.**



Das Gespräch führte der Medienexperte  
Prof. Dr. Jo Groebel

*C.H. Müller*  
LAMINATION | COATING | COMPONENTS

#### **C. H. Müller GmbH**

**Rechtsform:** GmbH

**Gründung:** 1868

**Sitz:** Heinsdorfergrund (Sachsen)

**Geschäftsführer:** Philipp Porst, Thomas Porst

**Mitarbeiter:** 330

**Umsatz:** 65 Millionen

**Branche:** Verbundmaterialien

**Produkte:** Kaschierte und beschichtete Verbundmaterialien

**Webseite:** [www.chmueller.com](http://www.chmueller.com)

# Service

## UNTERNEHMERPREISE

Es gibt viele Gründe, sich mit anderen Unternehmen in einem Wettbewerb zu messen: gute Presse, individuelle Förderung, Kontakte knüpfen und, nicht zu vergessen, das Preisgeld. Hier stellen wir Ihnen drei der aktuellen Unternehmerpreise vor.



### Bundespreis Ecodesign

Der Bundespreis Ecodesign ist die höchste staatliche Auszeichnung für ökologisches Design. Er wird vom Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt vergeben. Der Wettbewerb richtet sich an Unternehmen aller Branchen und Größen. Gesucht werden innovative und zukunftsfähige Konzepte, Services und Produkte. Dabei soll der gesamte Produktlebenszyklus im Fokus stehen. Der Gewinn beinhaltet umfassende Öffentlichkeitsarbeit inklusive einer Ausstellung.

Bewerbungsfrist: 18. April 2022



[www.bundespreis-ecodesign.de](http://www.bundespreis-ecodesign.de)



Modernes Studiodesign der neuen Event-Location Hybrix.

### STAGING GmbH eröffnet Hybrid-Eventlocation

Die Kölner Staging GmbH, Tochterunternehmen der MMC Group Cologne für Corporate Events, Hybrid-Veranstaltungen und kreativem Messebau, hat eine neue Event-Location eröffnet. Auf dem Gelände der MMC Film & TV Studios ist die modulare Hybrid-Eventlocation Hybrix entstanden. Die neue Location bietet nahezu unbegrenzte Möglichkeiten für digitale Live-Events und wurde speziell für Hybrid-Veranstaltungen konzipiert. Hybrix bietet mit einem modularen Multi-Set perfekte Bedingungen für Corporate Events.



### INDUSTRIE 4.0 AWARD 2022

Mit dem Industrie 4.0 Award zeichnet die Unternehmensberatung ROI-EFESO seit 2013 Unternehmen aus, die außergewöhnlich zukunftsweisende und erfolgreiche digitale Projekte in der Smart Factory, im Smart Supply Chain Management oder mit Smart Products & Services realisieren. Dabei liegt der Fokus auf der Innovativität und Nachhaltigkeit der umgesetzten Lösungen, dem konkreten Projekt Mehrwert und dem Potenzial, als Best Practice von anderen Unternehmen aufgegriffen zu werden.

Bewerbungsfrist: 1. Juni 2022



[www.industrie40award.com/de](http://www.industrie40award.com/de)



### KfW-Award Gründen

Bei der KfW können sich wieder Startups für den KfW Award Gründen 2022 bewerben. Prämiert werden maximal fünf Jahre alte und auch übernommene Unternehmen mit hohem Innovationsgrad und Kreativität sowie Nachhaltigkeit. Der Preis lässt auch mit einfließen, ob in den jeweiligen Unternehmen ausgebildet wird. 16 Landessieger ringen um einen Bundessieg mit 9.000 Euro Prämie und Vorstellung beim Nachrichtensender n-tv.

Bewerbungsfrist: 1. Juli 2022



[https://bvmw.info/kfw\\_award](https://bvmw.info/kfw_award)

Sie möchten als Unternehmen einen Preis vergeben?  
Dann nehmen Sie mit uns Kontakt auf: [bgf@bvmw.de](mailto:bgf@bvmw.de)



KENNT IHR EINE wirbt deutschlandweit für Fachkräfte.

### Virales Recruiting erzielt hohe Erfolgsquote

Unternehmen fällt es immer schwerer, Fachkräfte zu gewinnen. Andererseits sind bundesweit knapp 30 Prozent aller Beschäftigten offen für eine berufliche Neuorientierung. Bernhard Niemann und sein Kompetenzteam von KENNT IHR EINEN unterstützen seit 2004 Unternehmen beim Finden qualifizierter Fachkräfte. Die Bewerberquote lag in den letzten sechs Jahren im Durchschnitt bei 98 Prozent. Dieser Erfolg ist möglich, weil mithilfe eines einzigartigen Recruiting-Konzeptes Jobkampagnen zielgruppengenau und reichweitenstark in sozialen Netzwerken platziert werden.



Samy Hashish (LeaderSheep) mit seiner Schafherde.

## Suchmaschinenwerbung: Lohnt sich das?

Digitale Suchanzeigen zählen zu den verkaufsstärksten Instrumenten, die im Online-Marketing zur Verfügung stehen. Doch was hat es wirklich damit auf sich? Benötigt man eine darauf spezialisierte Agentur, oder kann man solche Anzeigen auch selbst aufsetzen? Und vor allem: Lohnt es sich wirklich, darauf zu setzen? Der Faktencheck zur Suchmaschinenwerbung (SEA) gibt Antworten.

[https://bvmw.info/check\\_suchmaschinenwerbung](https://bvmw.info/check_suchmaschinenwerbung)



## Consulting 2.0 – Testing as a Service

Die Corona-Pandemie hat Consultingunternehmen dazu gezwungen, den Kundensupport vor Ort einzustellen. Ersetzt hat das Kölner Unternehmen beQualified den vor-Ort-Support durch Testing as a Service, dies vereint mobile Arbeiten, Sicherheit und Effizienz. Kunden können ihre Ressourcen entlasten und effizient einsetzen, indem sie Testaktivitäten manuell und automatisiert an das Unternehmen auslagern. Um klare Strukturen zu gewährleisten, werden entsprechende Tools und neue Kommunikationsregeln etabliert, die Kunden dabei unterstützen, erfolgreich durch schwierige Zeiten zu navigieren.

[www.bequalified.de](http://www.bequalified.de)



## Führungskräfte-Training der besonderen Art

Im baden-württembergischen Horb am Neckar werden Führungskräfte auf außergewöhnlichem Weg geschult. Samy Hashish ist Persönlichkeitstrainer und hat ein ganzes Team hinter sich, das den Führungskräften ungefiltert Feedback gibt. In seinen LeaderSheep Seminaren sollen die Teilnehmer von Schafen lernen und üben, wie das theoretische Wissen zur Führung in der Praxis angewendet werden kann. Hashish motiviert in seinen Kursen nicht das Führen, sondern auch das Hüten von Schafen. So werde das Betriebsklima deutlich verbessert, und auch die Produktivität steige, erklärt er.

[www.adalea.de](http://www.adalea.de)



## Zwei Freunde und eine neue Firma

Nico Bruder und René Haarseim sind nicht nur Freunde. Zum Männertag 2020 nahmen sie ihr gemeinsames Hobby in Augenschein: die Freude am Grillen und Kochen. Nur Grill- und Kochutensilien zu verkaufen, war ihnen jedoch zu wenig. Besondere Momente würden besondere Produkte verdienen, sagen die Gründer von „Männerleben“. Ihr Onlineshop bietet Hochwertiges und Praktisches zum Kochen und Grillen, zum Beispiel Feuerschalen, aber auch Weine, Gin und Bier. Im Jahr 2021 wurde der erste Mitarbeiter eingestellt, ein Ladengeschäft im thüringischen Bad Frankenhausen ist in Planung.

[www.maenner-leben.de](http://www.maenner-leben.de)



## Mittelstandsbericht Baden-Württemberg

Der Mittelstandsbericht legt offen, dass der Mittelstand der Wirtschaftsmotor in Baden-Württemberg ist: 99 Prozent der knapp 500.000 Unternehmen zählen zum Mittelstand. Als zentrale Herausforderungen stellt der Bericht Digitalisierung, Transformation zu einer klimafreundlichen und defossilisierten Wirtschaft sowie Fachkräfte-sicherung heraus. Mit 459 Milliarden Euro erwirtschafteten KMU im Jahr 2019 rund zwei Fünftel aller Umsätze. Jeder zweite Baden-Württemberger arbeitet bei einem Mittelständler mit weniger als 250 Mitarbeitern, das sind 2,3 Millionen sozialversiche-rungspflichtig Beschäftigte.

[https://bvmw.info/mittelstandsbericht\\_baden-wuerttemberg](https://bvmw.info/mittelstandsbericht_baden-wuerttemberg)





# Vorfahrt für Familienunternehmen

Echter Pioniergeist war es, der Familienunternehmen früher zum Erfolg führte. Regionale Wurzeln und generationsübergreifendes Denken bringen auch heute geballte Power mit sich. Doch reichen diese Faktoren zukünftig aus? Wie können Familienunternehmen die Wirren von Wirtschaft, Politik und Krisenzeiten überstehen?

**D**er Erfolg eines Unternehmens kann sich unter einem finanziellen und einem qualitativen Blickwinkel betrachten lassen. Erfolgreiche Unternehmen erwirtschaften eine über dem Marktdurchschnitt liegende Rendite, die in einem guten Verhältnis zu den eingegangenen Risiken liegt. Dabei schaffen sie ein kontinuierliches Wachstum. Zur qualitativen Perspektive zählen Faktoren wie die Schaffung von Arbeitsplätzen, Beiträge für die Gesellschaft oder auch die Verwirklichung der eigenen unternehmerischen Ziele. Unternehmer sollten unbedingt beide Bereiche im Blick behalten.

## Muster des Erfolgs

Fünf Erfolgsfaktoren zeichnen familiengeführte Firmen aus: die Verfolgung von Zielen, Kundennähe und Kundennutzen, operative Exzellenz, eine Leistungskultur mit motivierten Mitarbeitenden sowie ein klares Rollenverständnis der Unternehmerfamilie. Erfolgreich sind Familienunternehmen besonders dann, wenn sie eine Strategie in Reinform leben: Sie haben ein Zielbild, sie wissen um Pro und Contra ihres Geschäftsmodells und fokussieren sich nachhaltig und entschlossen auf ihr Kerngeschäft.

Des Weiteren gehören Kundennähe, das Verständnis der Kundenbedürfnisse und des Kundennutzens zu den wichtigsten Faktoren. Firmen, die ihre Produkte ständig mit neuen Funktionen ausstatten und dabei vergessen, den Kunden zu fragen, was er wirklich will, geraten oft in Schwierigkeiten. Häufig tätigen sie hohe Investitionen am Kunden vorbei, die sich auf lange Sicht nicht auszahlen. Sie setzen auf sterbende Trends und versinken in hohen Fixkosten. Besser ist es, wenn Unternehmen Verantwortung für die Kundenzufriedenheit übernehmen und Kundenwünsche hinterfragen. In diesem Zusammenhang sollten besonders Firmen im B2B-Sektor folgenden Trend im Auge behalten: Was im B2C-Geschäft passiert, schwappt zunehmend in den B2B-Bereich. Konsumenten setzen heute schnelle Warenlieferungen voraus. Ähnliches passiert in der B2B-Welt. Private Ansprüche übertragen sich somit zunehmend auf Business-Anforderungen.

## Jeden Tag ein bisschen besser

Operative Exzellenz ist eine Führungsphilosophie. Sie strebt nach ständiger Verbesserung, Kundenorientierung, Qualität und Effizienz in allen Bereichen. Sie bedient sich der Ansätze des Lean Managements,

**i**

## Gut zu wissen

- Operative Exzellenz – auch operational excellence, OPEX – bezeichnet die konsequente Umsetzung der Unternehmensstrategie
- Familienunternehmen können kurzfristige Gewinnerwartungen einem generationsübergreifenden Denken unterstellen

um die Voraussetzungen für profitables Wachstum und damit für die Steigerung des Unternehmenswerts zu schaffen. Dabei zeigt sich: Champions ruhen sich nie aus, sondern arbeiten täglich daran, ihr Unternehmen weiterzuentwickeln. Familienunternehmer, die ihr Tagesgeschäft beherrschen und Schwächen konsequent abbauen, zum Beispiel mit Hilfe von überlegenen Tools, der Optimierung ihrer Prozesse oder dem Fokus auf die Einstellung wirklich passender Mitarbeitender, sind daher langfristig besser unterwegs.

**„Firmen, die ihre Produkte ständig mit neuen Funktionen ausstatten und dabei vergessen, den Kunden zu fragen, was er wirklich will, geraten oft in Schwierigkeiten.“**

### Die Rolle der Unternehmerfamilie

Leistungsbereite Mitarbeitende, die nicht nur ihre Aufgaben erledigen, sondern auch neue Fähigkeiten erlernen, neue Wege auspro-

bieren und motiviert sind, das Unternehmen mitzugestalten, tragen erheblich zum Erfolg bei. Den Führungskräften sollte daher an der Steigerung der Leistungskultur gelegen sein. Nicht zuletzt ist die Unternehmerfamilie, die ein Familienunternehmen seit jeher prägt, ein wichtiger Faktor. Zum Erfolgsfaktor wird sie, wenn sich die Familienmitglieder über ihre Rolle im Unternehmen klar sind. So können Gesellschafter ohne Ausschüttungsdruck anders agieren und investieren. Die generationsübergreifende Denkweise und die damit verbundenen Familien- und Unternehmenswerte sind für den Erhalt von Familienunternehmen maßgeblich verantwortlich.



#### Moritz Weissman

Geschäftsführender Gesellschafter Weissman & Cie. GmbH & Co. KG

BVMW-Mitglied

[www.weissman.de](http://www.weissman.de)



# Starke Frauen, starker Mittelstand

Wie wird man Unternehmerin? Welche Erfahrungen kennzeichnen diesen Weg? Darüber sprach DER Mittelstand. mit Ellen Bünger, Gründerin der Bünger Health Consulting GmbH.

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

**Ellen Bünger:** Unternehmerin werden wollte ich schon als Kind. Ich habe immer davon geträumt, eigenständig zu arbeiten, also mein eigener Boss zu sein. Vor allem aber war es mein größter Wunsch, etwas Einzigartiges zu erschaffen und mich losgelöst von bereits bestehenden Strukturen zu entfalten. Ich habe schon als Kind gespürt, wie sich das dann anfühlt, das war mein leitendes Gefühl auf dem Weg zur Unternehmerin.

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

Wenn ich in der Zeit zurückgehen könnte, hätte ich mir mehr Mut gewünscht, schon früher damit zu starten. Ich bin jedoch davon überzeugt, dass all meine Erfahrungen, zum Beispiel im Angestelltenverhältnis zu arbeiten, dazu beigetragen haben, jetzt eine aufgeräumte und klare Position meiner Rolle zu beziehen. Dazu gehört beispielsweise auch, mich in meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hineinversetzen zu können.

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

Wegweisende Schlüsselmomente gibt es sehr viele. Ich bin natürlich auch in die Rolle der Unternehmerin hineingewachsen... Zu den wichtigsten Wegweisern zählen meine Eltern, die mich immer in meinem Drang zu unabhängigem Denken gestärkt haben. Dafür bin ich Ihnen sehr dankbar! Eine weitere wichtige Erfahrung war es, als Angestellte zu arbeiten. Dabei habe ich mich häufig unwohl gefühlt, wenn Vorgesetzte die Augenhöhe in ihrer Führung verloren haben. Das wollte ich besser machen.

**Womit beschäftigen Sie sich derzeit besonders intensiv?**

Wir beschäftigen uns mit dem für mich wichtigsten Thema überhaupt: Gesundheit am Arbeitsplatz. In meinem Forschungsprojekt und zusammen mit meinem Mann Jonas haben wir ein Konzept für kleine und mittelständische Unternehmen entwickelt, wie es gelingen kann, dass selbst mit knapperen (finanziellen und personellen) Ressourcen Betriebliches Gesundheitsmanagement zu einer festen Größe im Unternehmen werden kann.



## Visitenkarte

**Ellen Bünger** ist Geschäftsführerin der Bünger Health Consulting GmbH und Systemische Beraterin, Gesundheitspädagogin, NLP-Master-Coach und Resilienztrainerin. Das in Göttingen ansässige Unternehmen begleitet kleine und mittlere Unternehmen bei der Implementierung von Betrieblichem Gesundheitsmanagement.

[www.buenger-health-consulting.com/](http://www.buenger-health-consulting.com/)



**Welche Botschaft möchten Sie anderen Unternehmerinnen mitgeben?**

Traut Euch mehr zu und folgt Eurer Vision!

**Was schätzen Sie am Verband Der Mittelstand. BVMW besonders?**

Am BVMW schätze ich besonders den persönlichen Kontakt zwischen den Unternehmerinnen und Unternehmern und das gegenseitige Verständnis füreinander. Ich bin begeistert über die aufrichtigen, gewinnbringenden Kontakte in diesem Netzwerk und freue mich auf weitere Projekte mit dem BVMW und anderen Unternehmerinnen und Unternehmern.





## STEUERN AUF DEN PUNKT

# Besteuerung privater Kfz-Nutzung

**B**efinden sich PKW im Betriebsvermögen, vermutet das Finanzamt eine steuerpflichtige Privatnutzung. Können Unternehmerinnen und Unternehmer die zusätzliche Steuerbelastung vermeiden?

Arbeitnehmer, denen ein Firmenwagen gestellt wird, müssen die private Nutzungsmöglichkeit unter Anwendung der Ein-Prozent-Regelung oder der Fahrtenbuchmethode versteuern. Nur wenn der Arbeitgeber die Privatnutzung arbeitsrechtlich untersagt, fällt keine Steuer an. Unternehmer können gegenüber dem Finanzamt nicht einwenden, dass sie sich selbst die Privatnutzung untersagt haben. Steuerfrei fährt nur, wer die vom Finanzamt unterstellte Privatnutzung glaubhaft erschüttert.

### Privatnutzung erschüttern

Dies gelingt, wenn der Unternehmer auch im Privatvermögen einen PKW unterhält und glaubhaft machen kann, nur diesen privat zu verwenden. Das Finanzamt fordert hier, dass der private PKW in Status und Gebrauchswert dem betrieblichen PKW zumindest ebenbürtig ist. Durch die Rechtsprechung entschieden ist beispielsweise, dass ein im Betriebsvermögen befindlicher VW Touareg einem im Privatvermögen gehaltenen Volvo XC 90, nicht aber einem Opel Corsa vergleichbar ist. Der private PKW muss dem Unternehmer auch uneingeschränkt zur Verfügung stehen. Eine Mitbenutzung durch andere Personen – zum Beispiel durch Familienangehörige – ist schädlich. Daneben kann eine private Nutzungsentnahme des PKW – zumindest vorübergehend – widerlegt werden, wenn der Unternehmer aufgrund von Krankheit oder Auslandsaufenthalt an der Fahrzeugnutzung tatsächlich gehindert war. Auch bleibt es dem Unternehmer unbenommen, die ausschließlich betriebliche Fahrzeugnutzung durch ein ordentlich geführtes Fahrtenbuch nachzuweisen. Kann die vom Finanzamt vermutete Privatnutzung durch den Unternehmer nicht erschüttert und deren Umfang auch nicht durch ein Fahrtenbuch nachgewiesen werden, ist die Ein-Prozent-Regelung anzuwenden.

### Steuerfalle: mehrere PKW

Nicht selten häufen sich über die Jahre mehrere PKW im Betriebsvermögen an. Werden ordnungsgemäße Fahrtenbücher geführt, kann die Nutzung der einzelnen Fahrzeuge gegenüber dem Finanzamt plausibel belegt werden. Ist dies nicht der Fall, obliegt es dem

Unternehmen dem Finanzamt gegenüber den betrieblichen Veranlassungszusammenhang für jeden PKW glaubhaft nachzuweisen. Beispielsweise kann die Fahrzeuggestellung an einen Arbeitnehmer durch Vorlage des Arbeitsvertrags und der entsprechenden Lohnabrechnungen, welche die Versteuerung der Privatnutzung nachvollziehen, dargelegt werden. Ist es dem Unternehmer hingegen nicht möglich, den betrieblichen Nutzungszusammenhang für jeden einzelnen PKW nachzuweisen, vermutet das Finanzamt eine Privatnutzung durch die Unternehmerfamilie. Im Einzelfall kann das Finanzamt die PKW mit den höchsten Bruttolistenpreisen in absteigender Reihenfolge den Familien- und Haushaltsangehörigen mit gültiger Fahreraubnis zuordnen, sofern eine Nutzung durch den entsprechenden Personenkreis möglich erscheint und keine privaten PKW zur Verfügung stehen. Die vermutete Nutzungsentnahme für sämtliche PKW ist sodann im Rahmen der Ein-Prozent-Regelung steuerpflichtig.



i

### Gut zu wissen

- Aus Nachweisgründen sollte die Nutzung betrieblicher PKW umfassend dokumentiert werden
- Zeugenaussagen reichen in der Regel nicht aus, um eine vermutete Privatnutzung zu entkräften
- Auch die Nutzung betrieblicher PKW durch nahestehende Personen ist steuerpflichtig

#### Dr. Sebastian Krauß

Steuerberater,  
Fachberater für Internationales Steuerrecht  
concepta Steuerberatungsgesellschaft mbH  
Zusatzzqualifikation Fachberater für Unternehmensnachfolge (DStV e. V.)  
**BVMW-Mitglied**

[www.concepta-steuern.de](http://www.concepta-steuern.de)



# „Unternehmer fallen nicht vom Himmel“

Was ist zu tun, um mehr Unternehmerinnen und Unternehmer für eine Unternehmensnachfolge zu gewinnen? Drei BVMW-Experten diskutieren über die Aufgaben für vielfältige gesellschaftliche Akteure.

**D**ER Mittelstand.: Stimmen die politischen Rahmenbedingungen, um Unternehmensnachfolgen attraktiv zu machen? Und bei welchen Punkten sehen Sie noch dringenden Handlungsbedarf?

**Dr. Hans-Jürgen Völz:** Ganz allgemein brauchen wir in Deutschland wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln. Um eine Unternehmensnachfolge attraktiver zu gestalten, sollten bürokratische Hemmnisse mittels Bürokratieentlastungsgesetz spürbar verringert werden. Zudem sollte ein Verzicht auf höhere Steuern sowie eine erleichterte Altersvorsorge für Unternehmerinnen und Unternehmer ermöglicht werden. Eine wichtige Stellschraube stellen meiner Meinung nach KfW-Förderprogramme dar, die mit einer breiten Informationskampagne beworben werden sollten.

**Dr. Benno A. Packi:** Nach einer aktuellen KfW-Studie hat die Bereitschaft zur Selbstständigkeit mit der Coronakrise einen herben Rückschlag erlitten, besonders stark in der jungen Generation unter 30 Jahren und bei Frauen. Besonders diese Zielgruppe sollte sich doch bei einer geplanten Selbstständigkeit ernsthaft angesprochen fühlen, und ihnen müssen attraktivere Angebote zur Selbstständigkeit offeriert werden.

**Prof. Dr. Holger Wassermann:** Unternehmerinnen und Unternehmer fallen nicht vom Himmel, sie müssen auch gut ausgebildet werden. Ich sehe hier einen großen Handlungsbedarf bei der akademischen Ausbildung. Das klassische Hochschul-BWL erzieht jedoch nur Manager oder legt den Fokus vorrangig auf Neugründungen. Das Thema Unternehmensnachfolge wird dort sehr stiefmütterlich be-

handelt. Ich kenne lediglich zwei Hochschulen, die sich diesem ausgesprochen wichtigen Thema überhaupt widmen.

**Packi:** Ich bin Berater beim Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg. Hier muss ich leider konstatieren, dass es fast ausschließlich um Neugründungen geht. Es ist in der Unternehmerschaft anscheinend noch nicht bekannt, dass auch Nachfolge-Pläne eingereicht werden können. Gerade zu diesem Thema sollten mehr Information verbreitet werden.

**Nachfolge ist ein Thema der Nachhaltigkeit. Sollte das nicht auch in der dualen Berufsausbildung verankert werden?**

**Wassermann:** Am besten sollte man schon in der Vorschule ansetzen, um Schülerinnen und Schülern dieses Thema schmackhaft zu machen. Waldorf-Schulen fallen dort positiv auf und fördern unternehmerische Eigenschaften. Aber selbst an den Gymnasien gibt es „Wirtschaft“ als Unterrichtsfach immer noch sehr selten, was junge Menschen daran hindert, nach dem Schulabschluss aufgeklärt ins Berufs- und Wirtschaftsleben einzutauchen.

**Völz:** Das öffentliche Bild der Unternehmerinnen und Unternehmer ist verzerrt. Schon seit meiner Kindheit beobachte ich im Fernsehen, dass der Schurke im Stück stets der Unternehmer ist und zumeist aus der Baubranche kommt. Das ist Fiktion. Die Realität sieht komplett anders aus. Sie zeigt sich bei Aktenzeichen XY, wo Unternehmer regelmäßig Opfer sind.

**Wassermann:** Das Thema Unternehmensnachfolge oder Übernahme kommt in ganz vielen Filmen oberflächlich vor und vermittelt ein



**Dr. Hans-Jürgen Völz** ist Chefvolkswirt des BVMW und dort Leiter der Abteilung Volkswirtschaft.  
[www.bvmw.de](http://www.bvmw.de)



**Dr. Benno A. Packi** ist Rechtsanwalt und Partner der adesse anwälte Eckhardt & Packi Partnerschaft mbB sowie Mitglied im BVMW Expertenkreis Nachfolge.  
[www.adesse-anwaelte.de](http://www.adesse-anwaelte.de)



**Professor Dr. Holger Wassermann** ist Geschäftsführer der INTAGUS GmbH und lehrt an der FOM Hochschule, Berlin und ist Mitglied im BVMW Expertenkreis Nachfolge.  
[www.intagus.de](http://www.intagus.de)

falsches Bild. Die Filmwirtschaft sollte sich um mehr Tiefgang bemühen und nicht mit einfachen Klischees und Stereotypen arbeiten.

**Für eine erfolgreiche Firmenübernahme müssen natürlich auch die nötigen Fachkräfte an Bord sein. Wir haben aber Fachkräfte-mangel ...**

**Packi:** Der Bedarf sollte durch die Arbeitsagentur mit Blick auf die Digitalisierung transparenter dargestellt werden. Unternehmen müssen die Bindungsinstrumente für Fachkräfte stärken, sodass diese auch langfristig dem Unternehmen erhalten bleiben. Dazu zählen eine gute betriebliche Altersversorgung, Betriebskindergärten oder auch wieder mehr Werkwohnungen, da vor allem der angespannte Wohnungsmarkt gerade in den Groß- und Universitätsstädten selbst Gutverdienenden eine Wohnung oftmals verwehrt.

**Völz:** Der Anstoß für alle hier angesprochenen Maßnahmen muss von der Spalte der Gesellschaft kommen. Lediglich auf Signale der Basis zu warten, reicht nicht. Mandatsträger und Personen des öffentlichen Lebens sollten sich wertschätzend über Menschen äußern, die bereit sind, persönlich zu haften und das Risiko einzugehen, mit ihrem Vermögen für ihr Unternehmen zu haften.

i

## Gut zu wissen

- Seit dem 4. Januar 2022 bietet die KfW neue Förderprogramme für Unternehmen, Selbstständige und Freiberufler
- Aus drei Förderprogrammen werden nun zwei, diese unterscheiden sich nur noch in der Größe des Unternehmens
- Die Unternehmensnachfolge wird weiterhin in beiden Programmen gefördert
- Weitere Informationen gibt es unter:  
[https://bvmw.info/KfW\\_Förderungen](https://bvmw.info/KfW_Förderungen)

*Das Interview führte Caroline Nasarewski, BVMW Referentin Bildung und Ansprechpartnerin für Unternehmensnachfolge.*



# Mit Sicherheit besser gestalten

Unternehmerinnen und Unternehmer gestalten und pflegen täglich Geschäftsmodelle. Diese Aufgabe hat viele Facetten: Einige sind – wie der Jahresabschluss – bestimmten Phasen vorbehalten, andere sind temporär wie eine Pandemie. Einige aber gewinnen kontinuierlich an Bedeutung.



Sicherheitsrelevante Bedrohungen für Unternehmen nehmen stetig zu: Seien es neue Kriminalitätsmuster, die aktivistische Radikalisierung, Zunahme von Cyberangriffen, aber auch eigene Unachtsamkeiten angesichts steigender Komplexität. Gefährlich daran ist, dass diese Zunahme schlechend passiert und es möglich erscheint, die notwendige Aufmerksamkeit noch ein weiteres Jahr zu verschieben. Anders als ein schleichender Absatzrückgang kann ein Sicherheitsvorfall jedoch sehr einschneidende Konsequenzen haben. Eine schwächernde Produktlinie kann man einstellen oder erneuern, denn ein Sicherheitsvorfall kann das Denken und Handeln der Betroffenen sehr lange belasten.

## Im Netz nach Bedrohungen suchen

Die Gestaltungsaufgabe der Sicherheit beginnt mit einer Bestandsaufnahme, dem Lagebild: Dies kann beliebig komplex werden, aber warum nicht mit dem Wichtigsten anfangen? Damit ist natürlich die Familie gemeint. Welche Einblicke kann ein böswilliger Dritter auf digitalem Wege erlangen? Ist es möglich, Namen, Adressen und Routinen auszuspähen, um eine unerwünschte Annäherung (real oder digital) zu erreichen? Diesen Vorgang nennt man Sichtbarkeitsanalyse. Im nächsten Schritt wird im Internet weiter nach Bedrohungen gegen das Unternehmen gesucht. Derzeit sind Telegram und Twitter wichtige Kanäle, um eine schnelle erste Übersicht zu erschließen. Aber auch in diversen Foren findet sich Kritik.

## Digitale Früherkennung und Krisenmanagement

Auf Basis eines solchen Lagebildes kann man priorisieren und Sicherheit gestalten: Naheliegend sind Maßnahmen der digitalen Visibility, vielleicht auch passgenaue Trainings, Aspekte des materiellen Objektschutzes für das private Domizil und das Betriebsgelände sowie der Ausbau der informationellen Sicherheit. Um in Krisen agieren zu können, ist weiterhin der Aufbau von digitaler Früherkennung und Krisenmanagement unabdingbar.

So kann man mit ersten Schritten einen Zustand erreichen, der grundsätzliche Freiheit bei der weiteren Ausgestaltung des Geschäfts erlaubt. Und schließlich ist da noch der Sicherheitsgurt: Zuerst lästig, aber man trägt ihn nicht, um potenziell 30 Euro Bußgeld zu sparen, sondern um zum einen kein schlechtes Beispiel und zum anderen nach einem Vorfall überhaupt weiter entscheidungsfähig zu sein. Sicherheit gibt damit die Freiheit, unbeeinflusst entscheiden und gestalten zu können.



i

## Gut zu wissen

- Der Expertenkreis Unternehmenssicherheit beschäftigt sich mit den Themen Auslandssicherheit, Datenschutz/IT-Sicherheit, Krisenmanagement, Objekt- und Arbeitsschutz sowie Grundsatzfragen & Training Unternehmenssicherheit/Personenschutz
- Der Kreis stellt für die Mitglieder des BVMW fachliche Expertise bereit

### Prof. Dr. Martin Grothe

Mitglied des BVMW-Expertenkreises Unternehmenssicherheit Geschäftsführender Gesellschafter complexium GmbH

[www.complexium.de](http://www.complexium.de)  
[www.complexium.academy](http://www.complexium.academy)



# Hybrid arbeiten – aber gesund

Noch nie war so viel Flexibilität gefragt und möglich. Mal muss die vollständige oder teilweise Rückkehr an den Arbeitsplatz organisiert werden, mal der nochmalige Wechsel ins Homeoffice. Wie kann Arbeit unter hybriden Bedingungen gesund gestaltet werden?

**C**orona-Taskforces müssen sich mit Hygieneplänen auseinandersetzen, Büros werden neu vermessen, Mitarbeitende in Gruppen eingeteilt. Gleichzeitig gilt es, die Arbeitsplatzgestaltung für die Beschäftigten im Homeoffice zu klären. Während viele Unternehmen aktiv werden, hält sich der Gesetzgeber noch bedeckt. „Der Begriff ‚Homeoffice‘ ist seit Beginn der Pandemie in aller Munde, eine gesetzliche Definition oder konkret hierauf bezogene verbindliche gesetzliche Regeln, insbesondere ein gesetzlich verankertes Recht auf Homeoffice, gibt es aber bislang nicht“, sagt Prof. Dr. Volker Nürnberg, Experte für Betriebliches Gesundheitsmanagement.

## Gesundheit im Blick behalten

Beim Update der DAK-Sonderanalyse „Digitalisierung und Homeoffice in der Corona-Krise“ im Februar 2021 gaben 63 Prozent der Antwortenden an, in den eigenen vier Wänden produktiver zu sein als im Büro – im April 2020 waren es nur 57 Prozent. Für die repräsentative Studie wurden über 7.000 Beschäftigte befragt. Nach Monaten im Homeoffice war auch die Arbeitszufriedenheit gestiegen. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie wurde ebenfalls besser bewertet als im Jahr zuvor. Allerdings zeigt die Neuauflage der Studie auch, dass sich 44 Prozent der Beschäftigten mit Kindern unter 18 Jahren häufig abgelenkt fühlen. Außerdem gehen viele Menschen mit homeoffice-gemachten Jobs ins Büro, weil sie zu Hause zu wenig Platz haben. Und: Eine große Mehrheit der Beschäftigten gab an, nur einen Laptop von ihrer Firma zu erhalten, nicht aber eine ausreichende ergonomische Ausstattung für daheim.

## Gesunde Routinen schaffen

„Bestenfalls werden neue Regeln gemeinsam aufgestellt, also mit Partizipation der Mitarbeitenden“, sagt Katharina Galeazzi, Trainerin und Beraterin bei der Motio Verbundgesellschaft mbH aus Leverkusen. Auch wenn die Versuchung groß ist, Videokonferenz auf Videokonferenz zu planen – nicht jeder Call ist notwendig. Studien zufolge strengen uns Video-Meetings mehr an als Live-Meetings. „Am besten sollten für gesunde Routinen kurze Einheiten genutzt werden, weil diese sich flexibel ins hybride Arbeiten einpassen lassen“, sagt Dr. Stefan Peters, Sportwissenschaftler vom Deutschen Verband für Gesundheitssport und Sporttherapie (DVGS). Um ständiges Sitzen zu reduzieren und zu unterbrechen, rät der Experte, möglichst alle 30 Minuten aufzustehen und eine ein- bis dreiminütige Bewegungspause einzulegen. In der aktuellen Arbeitssituation sieht Dr. Peters einen ‚teachable Moment‘: „Weil viele Beschäftigte ihr Arbeitsleben umgestalten, sind sie auch offener dafür, wie sie Bewegung und Sport integrieren können“, so der Experte.



i

## Gut zu wissen

### Zusammenhalt und Gesundheit fördern

Mit (hybriden) Teamentwicklungsprogrammen können Sie Ihre Mitarbeitenden für deren Gesundheit sensibilisieren und gleichzeitig den Zusammenhalt fördern. Ihre Beschäftigten werden dabei aktiv in den Entwicklungsprozess einer gesunden Arbeits- und Teamkultur eingebunden. Das Angebot der DAK-Gesundheit richtet sich speziell an hybrid arbeitende Teams. Mehr Informationen und Anmeldung unter der BGM-Hotline 040 325 325 720.

Weitere Informationen unter:  
[dak.de/digitalesBGM](http://dak.de/digitalesBGM) und [dak.de/homeoffice](http://dak.de/homeoffice)

**Thomas Corrinth**  
DAK Gesundheit

[www.dak.de](http://www.dak.de)



# Neues Unternehmertum

Um unternehmerisches Denken an Schulen verstärkt zu etablieren, braucht es eine neue Definition des Entrepreneurs. Er muss im Zusammenhang mit Ökonomie, sozialem Umfeld und ökologischer Nachhaltigkeit gesehen werden.

Das Gemeinsame von Grünen und FDP in der Ampel ist der Wunsch, etwas im Land zu verändern. Das aktive Gestalten, zum Beispiel von Nachhaltigkeit und Digitalisierung, hat Vorrang vor dem Verwalten: von der Administration zur Transformation.

## Entrepreneurship Education

Obwohl Entrepreneurship Education seit der Lissabon-Agenda eines der wichtigsten Bildungsziele in Europa ist und in den letzten 20 Jahren mehr als 100 Lehrstühle für Entrepreneurship an deutschen Hochschulen entstanden sind, hat es keinen wirklichen Durchbruch der Entrepreneurship-Lehre an deutschen Schulen gegeben. In einer Studie der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2016 zu Entrepreneurship-Lehre an europäischen Schulen fällt vor allem das große Land auf, das keine Daten liefert hat: Deutschland.

## Wie wird Entrepreneurship definiert?

Ein erster Schritt zur Überwindung der Ökonomieskepsis in Deutschland ist die neue Entrepreneurship-Definition. International ist der Entrepreneur als Agent des Wandels eher positiv konnotiert. Die EU



definiert Entrepreneurship als das Eingehen auf Chancen und Ideen und das daraus resultierende Schaffen finanzieller, kultureller oder sozialer Werte. Der ökonomische Wertbegriff wird erweitert und die Ziele der sozial-ökologischen Marktwirtschaft werden unterstützt. Das Kreative und der Pioniergeist in Verbindung mit Sparsamkeit und wirtschaftlicher Kompetenz stehen im Vordergrund. Sparsamkeit heißt dabei nicht allein auf die Arbeitskosten zu achten, sondern zunehmend auch auf den sparsamen Verbrauch von natürlichen Ressourcen.

## Stärkere Vermittlung an Schulen

Der Entrepreneur muss als kreativer Problemlöser im Spannungsfeld von Ökonomie, sozialem Umfeld und ökologischer Nachhaltigkeit wahrgenommen werden. Vom Entrepreneur getrennt steht der Kapitalist, dessen Funktion in der Marktwirtschaft das Zurverfügungstellen von Kapital ist und der stets die bestverzinsten Alternative wählen wird. Mit der Kenntnis über die Differenzierung des Entrepreneurs vom Kapitalisten und der Einbeziehung der sozialen, ökologischen und kulturellen Sphäre kann ein Weg aufgezeichnet werden, um an



## Gut zu wissen

- Im Jahr 2018 hatten in Deutschland lediglich sechs Bundesländer das Ziel der unternehmerischen Bildung im Wirtschafts- und Bildungsministerium verankert
- In weiteren drei Bundesländern gab es in einem der beiden Ministerien Ressourcen für die Entrepreneurship Education
- Der gemeinnützige Verein NFTE (Network for Teaching Entrepreneurship) setzt sich dafür ein, Unternehmergeist in die Schulen Deutschlands zu bringen

deutschen Schulen gezielt unternehmerische Kreativität und Wert schöpfung zu fördern.

**„Der Entrepreneur muss als kreativer Problemlöser im Spannungsfeld von Ökonomie, sozialem Umfeld und ökologischer Nachhaltigkeit wahrgenommen werden.“**

Dieser Weg führt auch zu mehr ökonomischer Teilhabe von großen Teilen der Bevölkerung. Anstelle der Ausrichtung der Politik am Kapital allein sollte die Vermittlung des Wissens um die Prozesse zur Umsetzung von Innovationen und das Verständnis grundlegender Marktprozesse intensiviert werden. Im Dreiklang aus Ökologie, Ökonomie und Digitalisierung liegt die Zukunft der Bildung. Die Zukunft gehört der Entrepreneurship Education.



### Prof. Dr. Sven Ripsas

Professor für Entrepreneurship an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin und Vorstand des NFTE Deutschland e. V.

BVMW-Mitglied

[www.nfte.de](http://www.nfte.de)



# SIA – Sieger für Nachhaltigkeit

Im vergangenen Jahr gewann die vegane und biologische Burger-Manufaktur Bunte Burger den Sustainable Impact Award (SIA) in der Kategorie „SME EnterPrize“. Die Auszeichnung belohnt die nachhaltigsten deutschen Mittelständler. Anlässlich der zweiten Verleihung des SIA interviewt DER Mittelstand. den Mitbegründer von Bunte Burger, Ulrich Glemnitz, und den Leiter Kommunikation, ESG und Public Affairs der Generali Deutschland, Giulio Benedetti.

**Herr Glemnitz, was ist bei Bunte Burger passiert, seit Sie im vergangenen Jahr den SIA gewonnen haben?**

**Ulrich Glemnitz:** Wir haben die Sichtbarkeit durch den SIA und seine Unterstützer – Generali Deutschland, WirtschaftsWoche und BVMW – sehr genossen. Zum Beispiel haben wir danach an einer TV-Show teilgenommen, „Die leckerste Idee Deutschlands“, was uns viel Spaß gemacht hat. Wir wollten beweisen, dass vegane Burger genauso lecker sein können wie fleischbasierte, wenn nicht sogar noch besser.

**Herr Benedetti, was hat sich in den letzten Monaten bei der Generali ereignet?**

**Giulio Benedetti:** Nach dem Erfolg im letzten Jahr wollen wir die zweite Ausgabe des SIA noch größer und besser machen. Der Bewerbungsprozess wurde vereinfacht, und wir arbeiten an einer bundesweiten Studie zum Thema Nachhaltigkeit im Mittelstand. Wir werden die Ergebnisse der Studie im Rahmen der Preisverleihung präsentieren. Abgesehen davon erwähne ich gerne, dass die Generali Group ihren neuen Strategieplan veröffentlicht hat, in dem Nachhaltigkeit die Rolle eines „Originators“ hat.

**Was bedeutet das für einen Versicherer? Schließlich produziert man keine Massenkonsumprodukte oder Burger ...**

**G. B.:** Wir sind vielleicht nicht der Unternehmertyp im traditionellen Sinn, aber wir ermöglichen Unternehmertum. Die Generali Group ver-

waltet ein Vermögen von fast 700 Milliarden Euro. Die Art und Weise, wie wir dieses Geld investieren, macht den großen Unterschied. Wir haben einen starken Fokus auf nachhaltige Unternehmen.

**Herr Glemnitz, apropos vegane Burger, was sind ihre Vor- und Nachteile?**

**U. G.:** Vegan zu werden, hat einen großen positiven Einfluss auf die Umwelt. Rinder sind eine bedeutende Quelle von Treibhausgasen. Theoretisch könnten wir alle diese Höfe durch Ackerbau ersetzen und trotzdem den Planeten ernähren: Für jede tierische Kalorie braucht man sieben bis 15 pflanzliche Kalorien. Hintergrund ist, dass man Pflanzen an Tiere verfüttert, und die Tiere werden dann von Menschen gegessen. Bunte Burger ist der Beweis dafür, dass es möglich ist, Fleisch durch vegane Lebensmittel zu ersetzen. Vegan Essen ist jedoch immer noch teurer als Fleisch. Meiner Meinung nach werden vegane Lebensmittel dank Skaleneffekten und hoffentlich einiger weitsichtiger politischer Entscheidungen bald günstiger werden.

**Was macht Bunte Burger zu einem Vorbild in Sachen Nachhaltigkeit?**

**U. G.:** Wir waren weitsichtig und haben früh angefangen. Wir nutzten zum Beispiel Glasstrohhalme und biologisch abbaubare ToGo-Verpackungen, bevor viele andere daran dachten. Zudem sind wir authentisch in dem, was wir tun: kein Greenwashing. Und wir verfolgen Nachhaltigkeit mit einem 360-Grad-Ansatz. Denn zur Umwelt gehört



i

## Gut zu wissen

Die Bewerbung für die zweite Ausgabe des SIA, organisiert von Generali Deutschland und der WirtschaftsWoche, ist ab sofort möglich. Sie können sich bis zum 13. Mai 2022 unter dem folgenden Link bewerben:

<https://award.wiwo.de/sia/>



**Giulio Benedetti** ist seit 2008 bei Generali, hier war er in verschiedenen Positionen in der Konzernzentrale tätig. 2016 wechselte er als Country Head of Communications nach Deutschland und erweiterte 2018 seine Aufgaben um die Bereiche CSR und Public Affairs.



**Ulrich Glemnitz** gründete 2014 zusammen mit Mario Binder Bunte Burger. Das Unternehmen, das mittlerweile 20 Mitarbeitende beschäftigt, betreibt ein Restaurant in Köln und liefert vegane Burger an Lebensmittelmärkte und andere Restaurants.



nicht nur der faire Umgang mit der Natur, sondern auch mit unseren Mitarbeitenden und Kundinnen und Kunden.

### Können Sie unseren Leserinnen und Lesern einige Empfehlungen geben, wie sie auf der Grundlage Ihrer Erfahrung nachhaltiger sein können?

**U. G.:** Erstens: Machen Sie Schritt für Schritt. Zweitens: Schauen Sie sich um. Screenen Sie den Markt, identifizieren Sie Vorbilder und versuchen Sie, von ihnen zu lernen. Drittens: Fragen Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Kundinnen und Kunden. Sie bekommen großartige Ideen und erreichen eine höhere Loyalität. Stellen Sie schließlich sicher, dass Sie sich den Übergang leisten können. Sie sollten nur Maßnahmen ergreifen, die Ihre geschäftliche Existenz nicht gefährden. Es hat keinen Sinn, nachhaltig zu sein, wenn Sie im nächsten Monat schließen müssen.

### Herr Benedetti, irgendwelche ergänzenden Gedanken?

**G. B.:** Nachhaltiger zu werden ist in der Tat eine große Herausforderung. Aber am Ende eine sehr lohnende. Letztlich, wie der Fall Bunte Burger zeigt, ist die Nachhaltigkeitsdividende genauso erfolgsentscheidend wie die finanzielle.

### Herr Glemnitz, ein letzter Rat an unsere Leserinnen und Leser...

**U. G.:** Ich denke, es ist wirklich Zeit zu handeln. So oft schon habe ich gehört, dass die Klimakatastrophe unmittelbar bevorsteht und es fünf

Minuten vor zwölf ist. Ehrlich gesagt ist es aus meiner Sicht bereits fünf Sekunden vor zwölf.

*Das Interview führte Ezio Fantuzzi, Leiter Nachhaltigkeit von Generali Deutschland.*



# BVMW

## Zukunftspreis im Landkreis München

In diesem Jahr verleiht der Landkreis München erstmals einen Zukunftspreis unter dem Motto „Verantwortung. Innovation. Nachhaltigkeit“. Ausgezeichnet werden Initiativen, Unternehmen sowie Bürgerinnen und Bürger, die sich für eine soziale, umwelt- und klimafreundliche Zukunft im Landkreis München einsetzen. Alle Preisträger erhalten einen Imagefilm und werden im Rahmen eines feierlichen Festakts im Oktober 2022 öffentlichkeitswirksam ausgezeichnet. Für die Kooperation mit dem BVMW ist Verbandsbeauftragte Susanna Bertschi verantwortlich.

[https://bvmw.info/zukunftspreis\\_münchen](https://bvmw.info/zukunftspreis_münchen)



Übergabe des Hauptgewinns (v. li.): Christoph Rath (BVMW), Christian Hahn (digitalhoch4) und Alexandra Rath (BVMW).

## Hauptgewinn für digitalhoch4

Der Gewinner des Gewinnspiels, das der BVMW jährlich gemeinsam mit seinem Businesspartner Microsoft organisiert, kam aus Düsseldorf. Unser Mitglied Christian Hahn gewann den Hauptgewinn. Das Microsoft Surface Pro 8 dürfte für Hahn als Geschäftsführer der digitalhoch4 Beratungsgesellschaft mbH und als ehemaliger Mitarbeiter von Microsoft der ideale Gewinn gewesen sein. Die Freude war in jedem Falle groß.

## Michael Rinschen feiert 20-jähriges Jubiläum

Der Kölner Michael Rinschen, Geschäftsführer von Risult und BVMW-Mitglied, feiert in diesem Jahr sein 20-jähriges Jubiläum als Selbstständiger. Rinschen weiß um den Druck, den Unternehmenslenker angesichts des beschleunigten Strukturwandel bewältigen müssen. Auf ihren Schultern ruht die Verantwortung, Entscheidungen mit Weitsicht zu treffen und dem Wettbewerb des 21. Jahrhunderts standzuhalten. Er kann als externer Partner mit branchenübergreifender Erfahrung und neutralem Blick mit Rat und Tat zur Seite stehen.

[www.risult.de](http://www.risult.de)



Ein Obstkorb von Fruitful Office.

## Ranga Yogeshwar ehrt Top-Innovator

Auf einer gemeinsamen Onlinekonferenz hat Wissenschaftsjournalist und TOP 100-Mentor Ranga Yogeshwar gemeinsam mit dem wissenschaftlichen Leiter des Wettbewerbs, Prof. Dr. Nikolaus Franke, die Leistungen unseres Mitglieds, der Sturm GmbH aus Duisburg, als Teilnehmer des Innovationswettbewerbs TOP 100 gewürdigt. Das Unternehmen hat sich mit seinen Dienstleistungen und Technologien vor allem im Bereich der additiven Fertigung und des 3D-Drucks einen Namen gemacht.

[www.sturm.industries](http://www.sturm.industries)



## Zehnjähriges Jubiläum bei Fruitful Office

Kaum zu glauben: Es ist schon zehn Jahre her, seit Gründer Enzio Reuß zum ersten Mal mit einem Rollwagen über den Großmarkt gelaufen ist, um Obst für die ersten Körbe zu kaufen. Seitdem ist das in Frankfurt am Main ansässige BVMW-Mitgliedsunternehmen kontinuierlich gewachsen und hat sich bundesweit mit über 3.000 zufriedenen Kunden als führender Lieferservice für Büro-Obst etabliert. Fruitful Office beliefert Unternehmen unabhängig von Größe, Branche oder Standort regelmäßig mit frischem Obst, auch Mitarbeiter im Home-Office können versorgt werden.

[www.fruitfuloffice.de](http://www.fruitfuloffice.de)



## Die Besten: Bader Pulverbeschichtung

Unser Mitglied, die Bader Pulverbeschichtung GmbH aus dem baden-württembergischen Aalen, hat es nun schwarz auf weiß. Bader Pulver ist Gewinner des „Besser Lackieren Awards 2021“. Die größte Fachzeitschrift in der farbgebenden Oberflächentechnik, „Besser Lackieren“, hat bereits zum neunten Mal diesen Preis vergeben. Bader Pulver konnte die Jury zudem in fünf Clustern überzeugen. Matthias Bader gründete mit 22 Jahren den Betrieb und ist seit über 35 Jahren erfolgreich selbstständig. Seine Unternehmen ist ein wichtiger Zulieferer für Industrie und Handwerk in der Region und auch überregional.

## Exzellenzpreis für ISOGON Fenstersysteme

Das mehrfach prämierte Berliner BVMW-Mitgliedsunternehmen ISOGON-Fenstersysteme erhielt eine hohe Auszeichnung. Der Deutsche Exzellenzpreis 2022 in der Sparte Strategie, Transformation und New Work wurde dem Unternehmen von der Schirmfrau und Bundeswirtschaftsministerin a. D. Brigitte Zypries überreicht. Der Exzellenzpreis würdigt herausragende innovative Lösungen und Leistungen Deutscher Unternehmen. ISOGON wurde wegen stetig ausgebauter Erneuerungen in Sachen Digitalisierung und dem vorbildlichen Umgang mit Kunden prämiert.



V. li.: Achim von Michel (BVMW), Michaela Pichlbauer (Rid-Stiftung), Katrin Habenschaden (Landeshauptstadt München).

## Gegen die Verödung der Münchener Innenstadt

Bei einer Pressekonferenz des BVMW Bayern im Februar im PresseClub München wurde diskutiert, ob der Münchener Innenstadt eine zunehmende Verödung droht. Dafür konnte der BVMW Münchens zweite Bürgermeisterin Katrin Habenschaden gewinnen. Die Podiumsgäste waren sich in einer vorsichtig optimistischen Prognose für das laufende Jahr einig. München könne mit seiner Verbindung von Tradition und Moderne punkten. Mit Einzelhandel, Gastronomie und Kultur werde die Innenstadt das Leben der Menschen als Ort des sozialen Austauschs weiter bereichern.

## Adito erhält Global Award

Das britische Magazin Corporate LiveWire hat den Software-Hersteller Adito Software GmbH (BVMW-Mitglied) mit dem Global Award 2021/22 gekürt. Mit dieser Auszeichnung würdigt das Magazin herausragende Leistungen in unterschiedlichen Sektoren und ehrt Unternehmen, die sich durch innovatives und ergebnisorientiertes Handeln hervorgetan haben. Adito (Geisenhausen/Bayern) überzeugte mit seiner flexibel individualisierbaren Standardplattform für Marketing, Vertrieb und Service sowie einer herausragenden Kunden- und Interessentenbetreuung.



Heiko Schneider, Matthias Distel und Patrick Schwär (v. li.).

## Auszeichnung für Lieferant Schnaitmann

Die Auszeichnung Preferred Supplier zeigt die hohen Qualitätsansprüche der Schnaitmann Maschinenbau GmbH (BVMW-Mitglied). Die Robert Bosch GmbH hat ihre höchste Lieferantenauszeichnung zu Schnaitmann ins Remstal (Baden-Württemberg) geschickt. Schnaitmann ist ein innovatives mittelständisches Unternehmen, das sich seit über 30 Jahren am Markt behauptet. Namhafte Kunden aus der ganzen Welt vertrauen auf die Produkte, Systeme und Dienstleistungen „Made in Remstal“. Die Auszeichnung zeigt, dass das Unternehmen diesen Kundenerwartungen gerecht wird.

## Thüringer Mitglieder unterstützen Mitglieder

Wenn Thüringer Mittelständler Unterstützung suchen, dann zuerst im BVMW-Netzwerk. So auch Catharina Buchholtz, die mit ihrem Mann das Schloss in Eichicht erworben und restauriert hat. Für den eigenen Wildbrethandel, einen Hofladen und eine Jagdschule wird aktuell die historische Scheune ausgebaut. Deren Einrichtung soll mithilfe der Nachhaltigkeitsexpertinnen Franziska Seebauer und Manuela Büttner (GreenFor) ausgestattet werden – mit nachhaltigen Hygieneartikeln, oder auch mit Reinigungsmittel aus natürlichen Inhaltsstoffen.

[www.schloss-eichicht.de](http://www.schloss-eichicht.de)  
[www.green-for.com](http://www.green-for.com)





Die Siegermannschaft des diesjährigen Eisstockschießens.

## Eisstock-Cup in Magdeburg

Im Januar fand der 3. Eisstock-Cup im Magdeburger Hohepfortepark der Festung Mark mit insgesamt 30 Mannschaften statt. Der BVMW trat mit drei gemischten Teams aus Magdeburger Unternehmen an. Gegen Mitternacht konnte der Sieger des Turniers geehrt werden: dieses Jahr die Vertreter der Pizzeria „La Fresco“. Herzlichen Dank an alle Organisatoren, Sponsoren und den vielen Helfern dieses Events, besonders dem Sportlernetzwerk Samforcity (Marius Sowislo) und dem Team der Festung Mark (Christian Szibor). Beide Unternehmen sind Mitglied im BVMW.



Dr. Florian Toncar, Bundestagsabgeordneter Kreis Böblingen (li.), und Firmengründer der Binder Optik und BVMW-Präsidentenmitglied Dr. Helmut Baur.

## MdB Dr. Toncar zu Gast bei Binder Optik

Das mittelständische Familienunternehmen Binder Optik GmbH eröffnete 1975 das erste Binder-Optik-Fachgeschäft in Böblingen (Baden-Württemberg). Dr. Florian Toncar, Bundestagsabgeordneter für den Kreis Böblingen, traf sich mit dem Firmengründer und geschäftsführendem Gesellschafter Dr. Helmut Baur. Trotz mehrmaliger Corona-Lockdowns habe das Unternehmen seine Mitarbeiter nicht in Kurzarbeit geschickt und konnte letztes Jahr mit Umsatzplus abschließen. Teil des Erfolgs sei sicherlich auch, dass das Sortiment nun über Online-Shops erhältlich sei, so Toncar.

## BVMW gründet Ausschuss für maritime Wirtschaft

Die Verbandsregionen Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen und Bremen haben angeichts der akuten Werftenkrise einen gemeinsamen Arbeitsausschuss Maritime Wirtschaft gegründet. Initiator ist der BVMW in Mecklenburg-Vorpommern. Ziel ist es, ein zukunftsweisendes und nachhaltig tragfähiges Entwicklungskonzept für die maritime Wirtschaft als Handlungsempfehlung für Politik und Wirtschaft zu erarbeiten. Es wird angestrebt, ein generelles maritimes Wirtschaftskonzept für die Bundesrepublik zu erstellen.

## Bildung versus Fachkräftemangel

Angesichts des Fachkräftemangels in vielen Branchen baut der BVMW in Mecklenburg-Vorpommern eine Bildungsallianz auf. Jörg Ehbrecht, Leiter der Wirtschaftsregion des BVMW Mecklenburg-Vorpommern und geschäftsführender Gesellschafter des Bildungsträgers GiBB mbH sieht eher einen Bildungs- statt einen Fachkräftemangel. Dieser Umstand lässt sich vor allem durch verstärkte Kooperationen mit Akteuren im Bildungsbereich effektiv verbessern.



V. li.: Andreas Klimm (Wirtschaftsförderung Chiemgau), Dr. Christian Hüggermeier (Oberbürgermeister), Kornelia Kirchermeier (BVMW) und Stadtförster Gerhard Fischer.

## BVMW-Zukunftswald in Traunstein gestartet

Traunstein hat jetzt einen Zukunftswald. Mit dem Projekt in Kooperation mit der Stadtverwaltung soll unter anderem auch herausgefunden werden, welche Bäume dem Klimawandel in unseren Breitengraden standhalten können. Mittlerweile wurden auf über 2.800 m<sup>2</sup> schon rund 300 Bäume gepflanzt. BVMW-Mitglieder können weiterhin eine Baum-Patenschaft übernehmen: Ansprechpartnerin ist Kornelia Kirchermeier (BVMW Chiemgau).

[www.bvmw.de/chiemgau/kontakt](http://www.bvmw.de/chiemgau/kontakt)





V. li.: Andreas Jahn, Jens Eckhardt, Dr. Lydia Hüskens, Peter Martini und Norbert Dierkes.

## BVMW Jahresauftakt Sachsen-Anhalt

Fast 80 Unternehmerinnen und Unternehmer diskutierten mit Sachsen-Anhalts Ministerin für Infrastruktur und Digitalisierung, Dr. Lydia Hüskens, und Andreas Jahn (BVMW Leiter Politik) beim Jahresauftakt in Magdeburg. Herausforderungen, die für die Zukunft in der Gegenwart zu lösen sind, standen dabei im Mittelpunkt. Die so häufig angemahnte Freiheit braucht Regeln, damit sie funktioniert, sowohl im öffentlichen Raum als auch in der Wirtschaft. Das i-Tüpfelchen bildete die satirische Zusammenfassung durch die Kabarettisten Marion Bach und Günther Pöltz aus der Magdeburger Zwickmühle.



Solidarität aus Brandenburg für die Menschen in der Ukraine.

## Hilfsaktion für die Menschen in der Ukraine

Das BVMW-Team Berlin-Brandenburg startete vor kurzem einen Aufruf zur Unterstützung der Menschen in der Ukraine. Mike Marschke, Leiter Kreisverband Barnim/Uckermark, treibt die Hilfsaktion von Eberswalde aus voran: „Wir fahren wöchentlich Richtung Osten und sind sehr dankbar, wenn auch andere uns unterstützen. Es ist uns wichtig, auch als Vertreter des Mittelstands gemeinsam unsere Solidarität zum Ausdruck zu bringen.“ Ein Lkw und sechs Transporter werden von lokalen Unternehmen zur Verfügung gestellt. Marschke ist es wichtig, dass die Spenden auch dort ankommen, und begleitet teilweise die Transporte. So sammelte das BVMW-Team beispielweise gezielt Medikamente und medizinische Hilfsmittel für ein bombardiertes Krankenhaus in Charkiw, der zweitgrößten Stadt der Ukraine. Weitere Informationen:

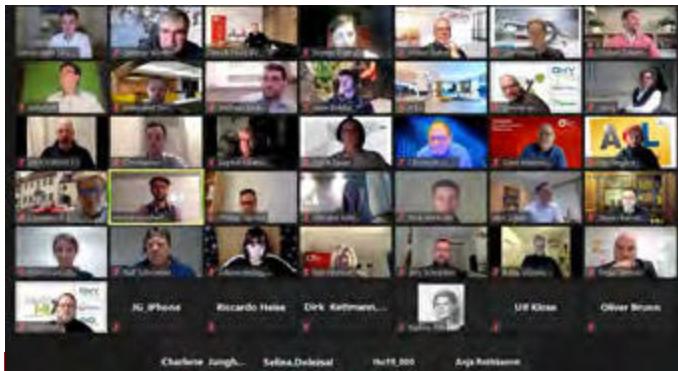
[mike.marschke@bvmw-berlin-brandenburg.de](mailto:mike.marschke@bvmw-berlin-brandenburg.de)



## Der BVMW trauert um Reginald Hohmeister

Nach kurzer schwerer Krankheit ist am 12. Februar 2022 unser langjähriger Kollege Reginald Hohmeister im Kreise seiner Familie verstorben. Reginald war seit dem Jahr 2000 eine unverzichtbare Stütze unserer Gemeinschaft und einer der liebenswertesten Kollegen, die man sich vorstellen kann. Er hat unser Netzwerk im Ruhrgebiet maßgeblich mit aufgebaut und zum Erfolg geführt. Seine unnachahmliche Art zog an und macht ihn als Sprecher der BVMW Metropole Ruhr unvergessen.

Unsere Gedanken sind in diesen schweren Stunden bei seiner Familie, der wir auf diesem Wege Kraft wünschen, stets in Gedanken an die wunderbaren Augenblicke, die wir gemeinsam mit Reginald verbringen durften.



Online-Firmenvorstellung in 90 Sekunden.

## Erster BVMW Business-Pitch in Mitteldeutschland

„Machen wir aus der Not eine Tugend“, hatten sich BVMW-Verantwortliche aus den Bundesländern Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen gesagt und luden zum Online-Business-Pitch Mitteldeutschland ein. Acht Unternehmen aus Metallverarbeitung, Industriedienstleistungen und Bau stellten sich vor. Business-Coach Konrad Sell moderierte die Vorstellung. Unmittelbar nach jedem Beitrag gab er eine Einschätzung der Darstellung, sodass jeder Unternehmer noch professionelle Tipps zum Vortrag erhielt.

## Fitness-Programm für Unternehmen

Lean-Management soll der Prozessoptimierung dienen, ob im Unternehmen oder in der Verwaltung. Über die Einführung und Entwicklung eines Lean-Managements sprach



Lean-Experte Guido Schellenberg (li.) und Constanze Koch (BVMW Südhessen).

BVMW-Mitglied Guido Schellenberg (S Lean Consulting) beim coffee & networking in Südhessen. Der Teilnehmer-Mix aus Lean-erfahrenen Unternehmerinnen und Unternehmern und solchen, die sich „lean“ aufstellen wollen, machte das virtuelle Treffen so spannend. Aufgrund der Resonanz gibt es eine nächste Veranstaltung am Prozessbeispiel eines BVMW-Mitglieds.

[www.s-lean-consulting.de](http://www.s-lean-consulting.de)



BVMW-Mitglied Nicolas Scheidweiler am Ziel.

## BVMW-Mitglied gelingt Erstbesteigung im Himalaya

Dem PR-Berater Nicolas Scheidweiler aus Bremen ist etwas Einmaliges gelungen: Er ist Erstbesteiger des 6.465 Meter hohen Purbung in Nepal. Gemeinsam mit dem Profi-Bergsteiger Jost Kobusch stand der 45-Jährige am 30. November 2021 auf dem Gipfel. Nachdem bereits eine finnische und eine internationale Expedition an dem abgelegenen Himalaya-Gipfel gescheitert waren, gelang dem Team die Besteigung innerhalb von zehn Tagen inklusive Vorbereitung und Erkundung. Der Gipfeltag hatte 14 Stunden gedauert. Davor hätten -30°C, Eiskletterei, bodenlose Spalten und Firn bis zu 55° gelegen, so Scheidweiler.

Das Besondere war die Suche nach dem richtigen Weg zum Gipfel: „Anders als am Everest war noch nie jemand auf dem Gipfel des Purbung. Deswegen ist die mentale Herausforderung eine andere. Wir wussten nie, ob wir unser Ziel überhaupt erreichen.“ Allerdings war es nicht die große Vision, die ihn antrieb: „Vielmehr war jedes überwundene Hindernis die Motivation, es beim nächsten zu versuchen. So konnte ich mich körperlich und technisch weiterentwickeln. Und das erfüllt mich mit Neugier, was noch geht.“

[www.7summits4help.com](http://www.7summits4help.com)



# Fachkräfte in den Sozialen Medien abholen

Mitarbeitende online finden und die Zielgruppe digital antreffen – darauf hat sich Lucas Fischer, Kopf der Marke Media Recruiting, spezialisiert. Er und sein Team verhelfen mit ihrem Konzept einer ganzen Branche erfolgreich zu neuen Fachkräften.

**L**ucas Fischer hat 2015 die erste Social Media Agentur in seiner Heimatstadt Gera gegründet. Zuvor lernte er sein Handwerk in der väterlichen Fahrschule Fischer Academy GmbH. Durch den Zugang zur Berufsgruppe der Kraftfahrer weiß er, wie das Transportgewerbe tickt. Danach sattelte er mit einem Social Media Management-Studium auf. Bei Agenturgründung hatte er bereits sechs Jahre Erfahrung mit dem Aufbau und der Reichweitensteigerung von Online-Kanälen gesammelt.

## Mitarbeitergewinnung nur noch digital

„Uns ist schnell bewusst geworden, dass in Zukunft Reichweite von Unternehmen nur über ihre Sichtbarkeit in den Sozialen Medien erzielt wird.“ Schon damals kristallisierte sich der Fachkräftebedarf heraus. Deshalb entwickelten die Online-Marketing-Spezialisten gezielte Kampagnen zur Mitarbeitergewinnung. Lucas Fischer erinnert sich noch an die erste: „Wir starteten hoch motiviert – und scheiterten kläglich.“ Von dieser Bauchlandung ging eine steile Lernkurve aus, und nach den nächsten Kundenaufträgen nahm das Media Recruiting-Konzept Fahrt auf. Das Team wuchs auf sieben Mitarbeiter.

## Den Fokus auf eine Branche gelegt

Die junge Agentur entschied, sich auf eine Branche zu konzentrieren, und machte sich die Erfahrungen des Gründers in der Transportlogistik zunutze. „Die potenziellen Fachkräfte halten sich privat in den Sozialen Medien auf. Dort holen wir sie ab.“

Das Web allein macht noch keine erfolgreiche Kampagne. „Wir helfen unseren Kunden, über digitale Prozesse nachhaltig maximale Sichtbarkeit beim künftigen Wunschfahrer zu erlangen.“ Die Posts werden dazu entsprechend aufgearbeitet: reale Aufnahmen aus dem Unternehmen; nichts versprechen, was nicht den Tatsachen ent-

spricht; mit Benefits für die Mitarbeitenden punkten – Altersvorsorge, Kindergartenzuschuss, wertschätzendes Betriebsklima. Die Interessenten werden durch einen bewährten und spielerischen Online-Bewerbungsprozess geführt und für die ausgeschriebene Stelle vorqualifiziert. Daraus wählen dann die Unternehmerinnen und Unternehmer aus.

Media Recruiting ist langfristig angelegt. Die Kampagnen finden nicht durchgehend statt, sondern werden immer wieder neu eingestreut, um Stellen sichtbar zu machen. „Damit sprechen wir aktiv und passiv Suchende an und werden auch beim potenziellen Nachwuchs sichtbar.“ Die Vermittlungsquoten sprechen für sich. Das erprobte System hat eine hohe Zielgenauigkeit, und die Spediteure und Logistiker können, auch schon nach kurzer Laufzeit, ihre offenen Stellen mit Fachkräften besetzen.

Und die Agentur? „Wir nutzen aktuell unser eigenes Know-how selbst auf dem Weg zur GmbH-Gründung“, blickt Lucas Fischer voraus.



## Visitenkarte

### Social Attracting – Media Recruiting

Gründung: 2015

Firmensitz: Gera (Thüringen)

Geschäftsführer: Lucas Fischer

Mitarbeiter: 7

BVMW-Mitglied

[www.mediarecruiting.de](http://www.mediarecruiting.de)



### Ringo Siemon

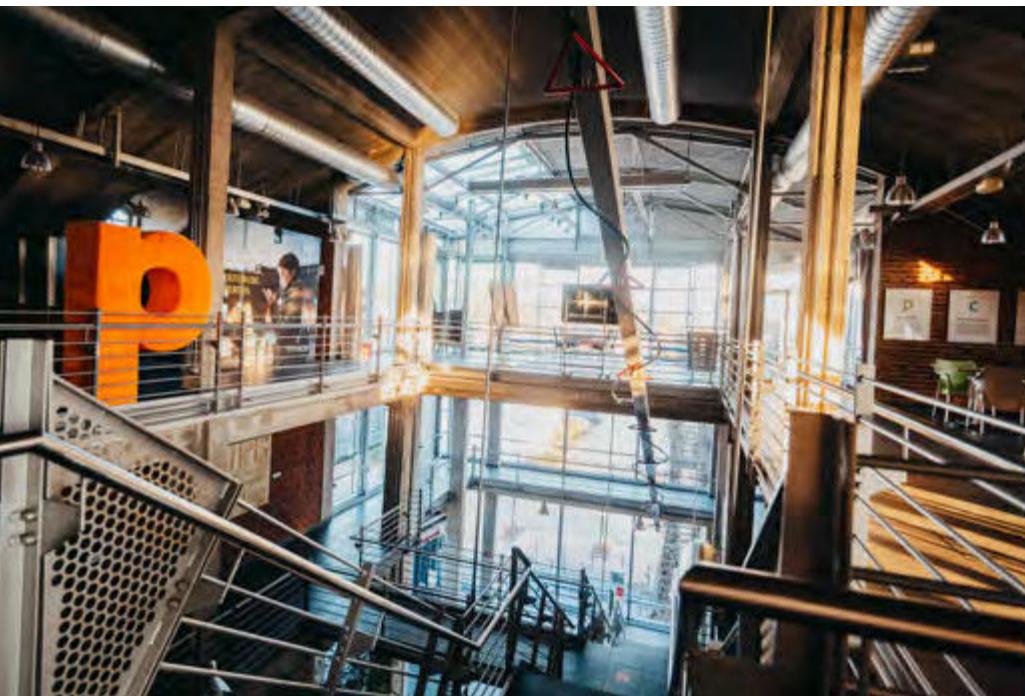
BVMW Pressesprecher Thüringen

[ringo.siemon@bvmw.de](mailto:ringo.siemon@bvmw.de)



# IT ist alles

Welche enorme Bedeutung IT einst haben würde, erkannten die Gründer der pco GmbH & Co. KG schon 1984, als der PC erst langsam in unseren Büros Einzug hielt. Seither stehen die digitalen Profis dem Mittelstand in Sachen IT zur Seite – nach dem Motto: IT ist alles.



Das pco-Gebäude am Osnabrücker Hafen.

**E**s war die Vision und der Glaube an das Produkt, als vor 40 Jahren Personal Computer unsere Büros eroberten und die pco GmbH & Co. KG. gegründet wurde. Ziel des Unternehmens war es, Know-how im Markt zu sammeln, um dieses in die Hellmann Gruppe, dem damaligen Schwester-Unternehmen, zu tragen. „Die Abkürzung pco stand anfangs für Personal Computer Organisation und für die Vision, dass derjenige, der nicht nur Waren, sondern auch Daten am schnellsten transportieren könne, klare Wettbewerbsvorteile hat“, erklärt Geschäftsführer Frank Hölscher. Damit lag pco goldrichtig und entwickelte sich kontinuierlich zu einem Systemhaus, das lange Zeit vor allem Server, PCs und Zubehör verkaufte und in die Systemlandschaft von Kunden integrierte.

## Visitenkarte

**pco GmbH & Co. KG**

Gründung: 1984

Firmensitz: Osnabrück (Niedersachsen)

Geschäftsführer: Jürgen Burger, Frank Hölscher

Mitarbeiter: 150

**BVMW-Mitglied**

[www.it-ist-alles.de](http://www.it-ist-alles.de)



## Ingrid Hausemann

BVMW Pressesprecherin Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein

[ingrid.hausemann@bvmw.de](mailto:ingrid.hausemann@bvmw.de)



Inzwischen bieten die Osnabrücker IT-Profis ihren meist mittelständischen Kunden allerdings weit mehr als nur IT-Equipment. Das Portfolio umfasst unter anderem Lösungen zu Themen wie Cyber-Security, Cloud & Modern Workplace, IT-Consulting oder Managed Services.

## Drei Buchstaben, drei Versprechen

„Unser Angebot an unsere Kunden besteht aus unseren Mitarbeitenden und unserem Know-how, gepaart mit den Produkten unserer Hersteller“, betont der Geschäftsführer. Auch die Bedeutung der drei Buchstaben pco hat sich gewandelt. „Sie stehen für drei Versprechen“, erklärt Hölscher. „Mit dem P wie people versprechen wir jedem Kunden, ihm erstklassige Profis zur Seite zu stellen – sowohl im Gesamtüberblick, als auch in den Einzeldisziplinen. Das C wie cooperation steht dafür, aus den Mitteln des pco-Portfolios und den Möglichkeiten seiner Partner perfekte Gesamtlösung für den Kunden zu entwickeln. Und mit dem O im Namen wie optim

um verspricht pco seinen Auftraggebern die beste aller denkbaren Lösungen.“ Den Erfolg messen die Macher von pco an ihrem Beitrag zur Wertschöpfung und Zukunftssicherheit ihrer Kunden.

## Herausforderung und Verantwortung

Dem Unternehmen liegt aber auch die Förderung der Region und die Unterstützung lokaler Einrichtungen, wie der Osnabrücker Tafel, sehr am Herzen.

Die Geschwindigkeit der Entwicklung und der Fachkräftemangel bleiben dabei eine große Herausforderung. Besonderes Wachstumspotenzial wird beim Modern Workplace und Cyber-Security erwartet. Einen Vorgesmack auf diese digitale Zukunft gibt das Unternehmen aktuell im September 2022 als Ausrichter des Deutschen IT-Security-Kongresses.

# Bekommen Fische Bauchschmerzen von Plastik?

Für GreenFor aus dem thüringischen Weida gehören Gesundheit und Umweltschutz zusammen, und das Unternehmen möchte allen Menschen Zugang zu nachhaltigen Produkten möglich machen, angefangen bei den Kindern.

Die beiden Geschäftsführerinnen Franziska Seebauer und Manuela Büttner von GreenFor starteten ihre berufliche Laufbahn im pädagogischen Bereich und legten in der Arbeit mit Kindergartenkindern viel Wert auf den bewussten Umgang mit allem, was uns täglich umgibt. „Wir hatten bei allen Waldspaziergängen Beutel dabei, um achtlos weggeworfenen Müll aufzulesen“, erzählt Seebauer. „Wer den Müll anderer einmal aufgehoben hat, wird selbst keinen wild entsorgen.“ Die Pädagoginnen haben geduldig Fragen der Kinder beantwortet und Dinge erklärt, zum Beispiel die nach Plastik, das im Meer schwimmt, oder warum eine Bambuszahnbürste für die Umwelt besser ist als eine aus Kunststoff.

## 100 Prozent nachhaltige Produkte

Während ihrer Arbeit sind den beiden jungen Frauen ganz handfeste Probleme ins Auge gestoßen. „In Kitas, Schulen, öffentlichen Einrichtungen, aber auch in Unternehmen und Privathaushalten entsteht extrem viel Müll durch Verbrauchsprodukte. Der Großteil davon ist weder gesund noch nachhaltig“, bringt es Manuela Büttner auf den Punkt. Daran wollten sie etwas ändern und gründeten GreenFor, einen Onlineshop für ausschließlich umweltfreundliche Verbrauchsprodukte für private und Businesskunden. Im Sortiment sind 300 zukunftsähnliche Artikel: Zahnbürsten, Zahnpasta, WC-Papier und -Bürsten, Reinigungsmittel, wiederverwendbare Papierhandtücher, praktische Großverpackungen. Alles sorgfältig recherchierte Produkte, zu denen immer mehr kommen.

An diese zu gelangen, war anfangs gar nicht so einfach, „denn es gab nicht so viel Auswahl“, erinnert sich Franziska Seebauer. „Wir haben tagelang gegoogelt, Gütesiegel und Tests studiert, nach Zertifizierungen geschaut, Elternforen durchstöbert.“ Doch der Markt entwickle



Die GreenFor-Gründerinnen Manuela Büttner (li.) und Franziska Seebauer.

sich zum Glück ständig weiter. „Wir tauschen uns mit anderen Startups aus und sind gut vernetzt mit weiteren jüngeren Unternehmern.“

## Ideen für mehr Nachhaltigkeit und weniger Müll

In der Weise, in der ihr GreenFor-Shop wächst, kreieren die Geschäftsführerinnen auch zahlreiche neue Ideen, um ganz konkret etwas zur Müllvermeidung beizutragen, weniger Plastik und weniger Chemie. Bis 2030 wollen Franziska Seebauer und Manuela Büttner 25 bis 35 Prozent der Kitas und Schulen in Deutschland in ihren Verbrauchsprodukten auf nachhaltig umgestellt haben, so ihr ehrgeiziger Zukunftsplan. Neben dem Vertrieb leisten sie viel Aufklärungsarbeit bei der Akquise, vor allem von öffentlichen Trägern wie Schulen, Kitas, Verwaltungen oder Krankenhäusern. Das ist schwierig, da viele auf den Preis schauen müssen.

Hier sind Politik und Gesellschaft gefordert, wenn wir Nachhaltigkeit wirklich nachhaltig betreiben wollen. Die GreenFor-Gründerinnen versuchen schon mal im Kleinen, Großes zu bewirken.



## Visitenkarte

**GreenFor**

**Seebauer, Franziska und Büttner, Manuela GbR**

Gründung: 2020

Firmensitz: Weida (Thüringen)

Geschäftsführerinnen: Franziska Seebauer, Manuela Büttner

Mitarbeiter: 2

**BVMW-Mitglied**

[www.green-for.com](http://www.green-for.com)



**Ringo Siemon**

BVMW Pressesprecher Thüringen

[ringo.siemon@bvmw.de](mailto:ringo.siemon@bvmw.de)



# Von Peter Pim and Billy Ball zum Online-Lernprogramm

Alles fing an mit Peter Pim und Billy Ball. Generationen von Deutschen haben mit den beiden Freunden Englisch gelernt. 1948 veröffentlichte der Cornelsen Verlag dieses damals völlig neuartige englische Lehrbuch, das zu einem der meistverkauften und erfolgreichsten Schulbücher Deutschlands wurde.

**R**ückblick: Die deutsche Hauptstadt zerstört, aufgeteilt in vier Sektoren, Kriegsüberlebende und Hunderttausende Flüchtlinge kämpfen ums Überleben, und dann auch noch der Beginn der Berlin-Blockade. Die sowjetische Siegermacht blockiert die Energieversorgung der Westsektoren, die westlichen Alliierten antworten mit der Luftbrücke, der beispiellosen Versorgung einer ganzen Stadt aus der Luft.

Genau in dieser Zeit erhielt Franz Cornelsen von der amerikanischen Besatzungsmacht die Lizenz zur Gründung eines Buchverlages. In der Berliner Künstlerkolonie Wilmersdorf gründete er mit seiner Frau Hildegard den Cornelsen-Verlag für Schulbücher.

Das junge Unternehmen kämpfte mit fehlender Infrastruktur und dem Rohstoffmangel. Papier und Heizmaterialien waren knapp, Verkehrswege zerstört. Doch die Eheleute Cornelsen ließen sich nicht unterkriegen. Sie skizzierten auf einem Block ein Buch zum Erlernen der englischen Sprache mit zwei Jungen und gaben ihnen die Namen Peter Pim und Billy Ball. Das gleichnamige Buch wird 1948 als erstes Englischlehrbuch für Volksschulen herausgeben. Niemand konnte ahnen, dass dieses Werk den Cornelsen Verlag im deutschsprachigen Raum über Jahrzehnte hinaus bekannt machen würde.

## Sprachschallplatte und Tonbänder

Über die Jahre suchte der Wilmersdorfer Schulbuchverlag immer neue verlegerische Möglichkeiten, um Lernprozesse zu begleiten. Eine Chance boten in den 1950er Jahren Sprachschallplatten, die Hörverstehen und Aussprachetraining ermöglichten. In konsequenter Fortführung folgten Tonbandkurse und Materialien für Dia- und Filmprojektoren. Als 1964 Englisch zum Pflichtfach wurde, lag der erfolgreiche Gründungstitel schon in einem umfangreichen Medienpaket vor.

Seit den 1970er Jahren generiert Cornelsen überwiegend durch Übernahmen von Mitbewerbern Wachstum. So wurde nach der Wende auch der Verlag Volk und Wissen, in dem nahezu alle DDR-Schul-

## Visitenkarte

**Cornelsen Verlag GmbH**

Gründung: 1946

Firmensitz: Berlin

Geschäftsführer: Joachim Herbst

Mitarbeiter: 1.300

**BVMW-Mitglied**

[www.cornelsen.de](http://www.cornelsen.de)



Franz und Hildegard Cornelsen arbeiten 1948 an „Peter Pim and Billy Ball“.

bücher verlegt wurden, in die Cornelsen Verlagsgruppe eingegliedert. Heute macht Cornelsen hybride Bildungsmedien. Bücher verbinden sich mit Apps, E-Books, Diagnosetools, Förderprogrammen, Videos, Tutorials und mehr.

## Digitale Lösungen für Betriebe

So gründete Cornelsen das Corporate-Startup Duden Learnattack, ein Online-Lernportal für Schülerinnen und Schüler von der fünften Klasse bis zum Abitur. Es bietet in neun Fächern Lernvideos, interaktive Übungen und Musterklassenarbeiten und eine WhatsApp-Nachhilfe.

Der Verlag investiert aber auch in digitale Bildungslösungen für Unternehmen. Cornelsen bietet mit seiner eCademy besonders für Auszubildende individuelle Firmenlösungen für E-Learning und Mobile Learning an.

## Individuelle Lernprogramme

Die Zukunft heißt Online-Diagnose. Mittels eines digitalen Tests wird der Lernstand eines jeden Schülers ermittelt. Für jeden einzelnen Schüler bietet der Verlag dann individuelle Lernprogramme an, um gezielt Lernrückstände aufzuholen.



### Herbert Beinlich

BVMW Leiter Kreisverband Berlin-Süd,  
Pressesprecher Berlin

[herbert.beinlich@bvmw.de](mailto:herbert.beinlich@bvmw.de)



# Peter Pim and Billy Ball 3

## A Trip to London



# Mittelstandskompetenz im Bundestag

Wer denkt, dass im Bundestag nur Lehrer, Rechtsanwälte und Geisteswissenschaftler sitzen, der irrt. Der Unternehmer Ingo Bodtke ist gelernter Fleischer (Mitglied im BVMW) und verfügt über mehr als 30 Jahre Mittelstandskompetenz, die er seit kurzem als Bundestagsabgeordneter aus Sachsen-Anhalt für die FDP ins Parlament einbringt.



Ingo Bodtke bei seiner ersten Rede im Deutschen Bundestag.

In seiner ersten Rede im Deutschen Bundestag bewies Ingo Bodtke, dass ihm eine seriöse, konstruktive Politik mit Augenmaß wichtiger ist als symbolische Schnellschüsse, die sich nur auf dem Papier gut lesen, den Steuerzahler am Ende aber teuer zu stehen kommen. Die von der CDU/CSU-Bundestagsfraktion eingebrachte Forderung, eine nationale Agrar-Marketingagentur einzuführen, die deutsche Produkte im In- und Ausland bewerben soll, wäre ein solcher Schnellschuss gewesen. Die Marketing-Agentur hätte nicht nur in der Finanzierung Millionen an Steuergeldern verschlungen, sondern hätte überdies auch die Schaffung einer neuen Bundesbehörde mit einem größeren Beamtenapparat bedeutet. Es überrascht daher

nicht, dass Ingo Bodtke dieser agrarpolitischen Luftnummer in der Plenarredebatte eine Absage erteilte.

## Über 30 Jahre Mittelstandskompetenz

Dass man nur so viel ausgeben kann, wie man auch erwirtschaftet hat, muss Ingo Bodtke nach über 30 Jahren Selbstständigkeit niemand mehr erzählen. Nach der Wende baute er seine eigene landwirtschaftliche Versicherungsagentur auf, die er noch heute erfolgreich führt. Bodtke kennt die Sorgen und Nöte der Unternehmen, zumal er ebenfalls im Bundesvorstand und als Vorsitzender des Liberalen Mittelstands (LIM) in Sachsen-Anhalt tätig ist. Bodtke ist gelernter Fleischer und studierter Ingenieur für Fleischwirtschaft. Nach seinem Studium arbeitete er als Instrukteur Insemination Rind in der Tierzucht, bevor er später in die Versicherungsbranche wechselte.

## Praktiker im Parlament

Der berufliche Hintergrund und die vielen Jahre in der Praxis sind sein großer Vorteil, den Bodtke jetzt im Parlament nutzt. Die FDP-Fraktion hat ihn als ordentliches Mitglied in den Ausschuss für Ernährung und Landwirtschaft entsendet. Hier kann er nun mit seiner fachlichen Expertise punkten. Darüber hinaus ist er Mitglied im Petitionsausschuss und Stellvertreter im Bundestagsausschuss für Arbeit und Soziales.

Im Wahlkampf tourte Bodtke bereits mit einem Kleintransporter durch die Region, der mit dem Slogan „Praktiker im Parlament“ beklebt war. Dieser Slogan ist und bleibt auch sein Motto für die nächsten vier Jahre. Ingo Bodtke steht für Mittelstandskompetenz im Bundestag.

## Visitenkarte

### LVM Versicherungs- und Finanzagentur

Gründung: 1990

Firmensitz: Sangerhausen

Geschäftsführer: Ingo Bodtke

Mitarbeiter: 2

**BVMW-Mitglied**

[https://bvmw.info/bundestag\\_bodtke](https://bvmw.info/bundestag_bodtke)



### Peter Martini

BVMW Pressesprecher Sachsen-Anhalt

[peter.martini@bvmw.de](mailto:peter.martini@bvmw.de)



# Recruiting 5.0

Der Unternehmer Jan Grawunder ist seit 2003 mit seinem Unternehmen GS Company erfolgreich in der Arbeitsvermittlungsbranche unterwegs. Die Anzahl an Fachkräften ist jedoch geschrumpft und wird es weiterhin. Grawunder suchte mit seinem Geschäftspartner Enrico Kitschun nach einer Lösung und entwickelte das Portal wedooper.

**W**edooper ist ein Kunstwort und entstand als Abkürzung von We do personal. Es ähnelt eher einer Partnervermittlung als einem klassischen Jobportal. An derlei Portalen gibt es derzeit über 700, und es herrscht kein Mangel im Netz. Doch wedooper funktioniert anders, gewissermaßen auf den Kopf gestellt. Bewerber erstellen auf der Online-Plattform eine virtuelle Karteikarte so ausführlich und zunächst so anonym wie gewünscht. Bei Fähigkeiten, Kenntnissen, Interessen sowie Einsatzzeiten und -regionen entscheidet der Bewerber selbst, welche Daten öffentlich sichtbar sind. Die Registrierung ist kostenlos. „Hör auf zu suchen und lass Dich finden“, heißt damit die Ansage an Menschen, die sich beruflich verändern oder verbessern wollen. Arbeitgeber oder -vermittler können nun über wedooper direkt mit dem Kandidaten Kontakt aufnehmen und sich bei ihm bewerben.

## Neue Fachkräfte einfach matchen

„Unser Portal funktioniert wie eine Suchmaschine für alle Chefs und Personaler, die sich zunächst ebenfalls kostenlos bei wedooper anmelden können.“ Ist der Kontakt hergestellt, kommt es zum Match, „noch leichter als bei Tinder“, erklärt Jan Grawunder, und die freie Stelle wird durch den passendsten Bewerber besetzt.

Die Idee zu diesem Projekt formte sich bei ihm schon vor Jahren, mit der Umsetzung wollte er sich jedoch Zeit lassen. Doch der durch den anstehenden Strukturwandel deutlicher werdende perspektivische Fachkräftemangel und die Pandemie, die wie ein Brennglas auf den Arbeitsmarkt wirkte, veranlassten Grawunder und Kitschun zur schnelleren Umsetzung. Klar wurde schnell, dass, wie auch das Fachkräfteproblem nicht nur innerdeutsch, sondern europaweit gelöst



Der Firmenchef Jan Grawunder von der wedooper GmbH.

werden kann, auch wedooper grenzübergreifend agieren muss. Das nächste Ziel ist die globale Vernetzung von Arbeitssuchenden und Arbeitgebern direkt, ohne den Umweg der Jobbörse, aufwendiger Stellenvermarktung und zeitintensiven Bewerberauswahlverfahren.

## Mangel an Vernetzung

Wedooper profitiert davon, dass es in wirtschaftlich schwächeren Ländern der EU eine hohe Arbeitslosigkeit gibt und auf der anderen Seite wirtschaftlich starke Länder einen hohen Personalbedarf haben. „Wir sorgen dafür, dass die Akteure zueinanderfinden. Denn genauer betrachtet gibt es keinen Mangel an Fachkräften, sondern an Vernetzung“, so Grawunder. Deshalb ist wedooper als globaler Vertriebskanal der Personalwirtschaft konzipiert. Man möchte als Kandidatenportal in Europa die Nummer Eins werden. Mittelfristig sind 100 Mitarbeiter geplant, die das Kandidatennetzwerk betreuen sollen.



## Visitenkarte

wedooper GmbH

Gründung: 2016

Firmensitz: Oranienburg/Cottbus (Brandenburg)

Geschäftsführer: Jan Grawunder, Enrico Kitschun

Mitarbeiter: 4

BVMW-Mitglied

[www.wedooper.com](http://www.wedooper.com)



**Jörg Tudyka**

BVMW Pressesprecher Brandenburg

[joerg.tudyka@bvmw.de](mailto:joerg.tudyka@bvmw.de)



## Kultur

# Kontrolliertes Abenteuer

Der britische Bestsellerautor Simon Beckett ist ein Phänomen: Die Bücher des im englischen Sheffield geborenen Schriftstellers erscheinen in 30 Ländern und haben eine Gesamtauflage von rund zwölf Millionen allein im deutschsprachigen Raum. Im Interview spricht er über seinen neuen Thriller „Die Verlorenen“.

**D**ER Mittelstand.: Mr. Beckett, Ihre neue Thrillerserie erscheint ohne David Hunter, heißt das, Sie haben Ihre berühmte Figur begraben?

**Simon Beckett:** Nein. Hunter kennt sich auf Friedhöfen ohnehin so gut aus, dass er sich gleich selbst wieder ausgraben könnte – das macht also keinen Sinn. Aber im Ernst: Hunter wird irgendwann wiederkommen. Nach sechs Bänden mit ihm wollte ich allerdings mal wieder etwas Neues ausprobieren. Ich brauche ab und zu die Abwechslung, so wie vor sieben Jahren bei meinem Buch „Der Hof“.

#### Teilen Sie eigentlich Hunters Leidenschaft für Leichen?

Nein. Ich gehe privat viel lieber mit meiner Frau in ein Restaurant oder in einen Pub, sofern das die Pandemie wieder zulässt. Aber als Autor und Journalist finde ich es sehr spannend zu erfahren, was mit uns passiert, nachdem wir gestorben sind. Das ist ein Thema, über das sonst gerne geschwiegen wird – und genau deswegen ist es hochinteressant.

#### Vor knapp 20 Jahren haben Sie selbst zahlreiche Leichen gesehen. Wie kam es dazu?

Ich schrieb einen Artikel über die Body Farm, eine Forschungseinrichtung der Universität von Tennessee. Dort werden Tote für wissenschaftliche Zwecke vergraben, um die Verwesungsprozesse studieren zu können. Je mehr ich sah und recherchierte, umso faszinierter war ich. Heute, im Rückblick, weiß ich: Diese Reise hat mein Leben verändert. Denn beim Anblick der Leichen kam ich auf die Idee für die Figur des David Hunter.

**Auch in Ihrem neuen Thriller gibt es unheimliche, gruselige Momente, die an Geister- oder Horrorgeschichten erinnern. Haben Sie als Kind solche Bücher gelesen?**

Und wie! Schon als Acht- oder Neunjähriger begeisterten mich Horrorgeschichten, und ich konnte nicht genug davon bekommen. In der Stadtbibliothek von Sheffield durfte ich sogar in die Erwachsenenabteilung – dort bekam ich neuen Nachschub und träumte davon, selbst einmal Autor zu werden.

#### Was hielten Ihre Eltern von diesem zwiespältigen Hobby?

Sie waren sehr liberal und haben mich immer darin unterstützt zu lesen. Ich spürte ihr Vertrauen, die richtige Buchauswahl getrof-

fen zu haben. Vielleicht haben sie gemerkt, dass mich nicht brutale, sondern eher ruhige, atmosphärische Spannungsgeschichten anzogen. Interessanterweise ist das genau der Stil, den ich inzwischen selbst als Autor bevorzuge.

**Von Ruhe kann in „Die Verlorenen“ allerdings keine Rede sein. Ihre neue Serienfigur Jonah Colley jagt durch den Plot, gerät selbst unter Mordverdacht und muss an gruseligen Orten wie heruntergekommenen Hafengebäuden und verlassenen Tiefgaragen ermitteln.**

Sie haben recht: Das Tempo ist diesmal etwas höher. Und ich liebe es, meine Bücher an Orten spielen zu lassen, an denen unsere Urängste hervorkommen. Das Gruselige und Dunkle ist optimal dafür geeignet, beim Lesen völlig gebannt zu sein; dazu noch eine Prise Übernatürliches oder Rätselhaftes, und schon zwingt einen die Handlung, bis zum Schluss weiter mitzufiebern.

#### Warum tun sich das Ihre Leser an, auch in Pandemiezeiten, in denen der Tod näher zu sein scheint als sonst?

Das ist wie ein Abenteuer, ein Thrill. Und zwar in einer sicheren und kontrollierten Umgebung. Wir genießen ja auch eine Achterbahnfahrt – weil wir im Fallen Angst bekommen, schreien und den Abgrund vor uns sehen, und doch wissen, dass es ein Spiel ist und wieder nach oben geht. Am Wunsch nach Eskapismus, der Flucht aus der Realität, ändert somit auch die Pandemie nichts, im Gegenteil. Wir möchten uns ablenken, und das gelingt mit Thrillern besonders gut. Das ist im Übrigen kein neues Phänomen: Auch bei Shakespeare gab es Verbrechen und Gewalt,



#### Die Verlorenen

Simon Beckett

Übersetzt von Karen Witthuhn und Sabine Längsfeld

Rowohlt

24,00 €



Sorgt für psychologische Hochspannung: der britische Bestsellerautor Simon Beckett.

und die Menschen liebten es. Heute würde man viele seiner Stücke wohl als Thriller oder Krimis bezeichnen.

#### **Haben Sie noch Kontakt zu Ihren alten Freunden?**

Ja. Wir haben uns immer getroffen, und es ist schließlich auch nicht so, dass ich als Bestsellerautor zur Welt gekommen bin. Ich arbeitete als Journalist und Englischlehrer in Spanien, und sogar eine Karriere als Musiker erschien mir wahrscheinlicher, als meinen Lebensunterhalt mit Schreiben zu verdienen. Ich spielte als Percussionist in mehreren Bands, die jedoch immer erst dann erfolgreich wurden, nachdem ich ausgestiegen war. Meine Bandkollegen treffe ich noch heute.

#### **Wie kommt es, dass Sie den Traum vom Schreiben nicht aufgegeben haben?**

Ohne meine Frau Hilary hätte ich es nie geschafft. Wir sind seit fast 40 Jahren ein Paar, und sie hatte immer das Vertrauen in meine Fähigkeiten als Autor, auch nach vielen frustrierenden Absagen. Hilary hat mir Mut gemacht, mich bestätigt und unterstützt. Als meine Karriere

noch ganz am Anfang war, hat sie wesentlich mehr zu unserem Haushaltseinkommen beigetragen als ich. Ich bin ihr unendlich dankbar.

**Das Interview führte  
der Journalist Günter Keil.**



#### **Visitenkarte**

Der 61-jährige **Simon Beckett** arbeitete zunächst als Journalist und Englischlehrer, bevor er Anfang der 2000-er-Jahre seine ersten Kriminalromane veröffentlichte. Den großen Durchbruch erzielte er 2006 mit „Die Chemie des Todes“, dem ersten Band seiner David-Hunter-Reihe. Mittlerweile sind fünf weitere Thriller mit dem forensischen Anthropologen erschienen, zuletzt „Die ewigen Toten“. Vor kurzem wurde der Auftakt zu Becketts neuen Thrillerreihe veröffentlicht: „Die Verlorenen“.

# FilmTipp

## MONOBLOC

Meistverkauft, meistgehasst, unentbehrlich – wie ein Plastikstuhl vom Designprodukt zur Massenware wurde und sich bis in den letzten Winkel auf der Welt verbreitet hat.



Der Monobloc: Das meistverkaufte Möbelstück der Welt.

**H**eißes Polypropylen für nur 50 Sekunden in einer Gussform – und dann steht er da, der meistverkaufte stapelbare Plastikstuhl, von dem geschätzt eine Milliarde auf der ganzen Welt existieren. Monobloc heißt er, begonnen hat er als Designobjekt in Frankreich und von dort seinen Siegeszug um die ganze Welt angetreten.

### Empörend für die einen, lebenswichtig für die anderen

Der Hamburger Dokumentarfilmer Hauke Wendler hat sich auf die Spurensuche nach diesem Sitzmöbel begeben – und findet Erstaunliches. Denn alle, wirklich alle auf diesem Planeten kennen ihn. In den westlichen Industrienationen indes ist er oft verpönt: Er schmutzt, bricht leicht, und Plastik ist ohnehin böse.

Der Rest der Welt denkt anders. Hauke Wendler bereist den Globus, und was er entdeckt, ist eine Erfolgsgeschichte: von Menschen und Stühlen. In Italien begannen die Brüder Proserpio mit der industriellen Herstellung des Monoblocs – und sind damit reich geworden. Denn er unterliegt keinem Kopierschutz. Sein Erfinder, der Franzose Henry Massonnet, hatte kein Patent angemeldet.

Für ihn war der Monobloc ein hochwertiges Designprodukt, geschaffen für das gutverdienende Bürgertum, ein Lifestyleprodukt, das sogar den „Oscar du meubles“ erhalten hat. Doch die Brüder aus Italien haben etwas anderes erkannt: Der Monobloc ist erschwinglich für alle Menschen auf der Welt.

### Gesellschaftlicher Aufstieg und Mobilität

So auch in Indien. Dort schafft der Monobloc Arbeitsplätze, Wohlstand und symbolisiert den gesamtgesellschaftlichen Aufstieg. Sanjeev Jain ist der Vizepräsident von Supreme Industries und erwirtschaftet seit 1990 mit dem Monobloc 850 Millionen Dollar Jahresumsatz. Er weiß: „Noch in den 1990er-Jahren hat sogar der Mittelstand auf dem Boden gesessen. Heute können alle ihre Wohnung einrichten.“

Der Monobloc ist billig, leicht und hält nicht lange. Selbst das ist ein Wachstumsfaktor. Marie ist 66 und recycelt Müll in einer brasilianischen Großstadt. So ein ausrangierter Stuhl ist ein Glücksgriff, die Recycle-Firmen zahlen gutes Geld dafür und machen selber Millionenumsätze damit, dass sie das Polypropylen extrahieren. In Uganda freuen sich Behinderte über einen bezahlbaren Rollstuhl, gefertigt von einem amerikanischen Ingenieur: der Monobloc mit Rädern. Polypropylen, 50 Sekunden lang erhitzt: Der Monobloc kann empören, begeistern, Existenz sichern, Aufstieg ermöglichen. Schön ist er vielleicht nicht, der Monobloc, aber schön, dass es ihn gibt.



#### Monobloc

Dokumentarfilm (Deutschland 2021)

**Regie:** Hauke Wendler

**Seit Januar im Kino**

**Bernd Ratmeyer**  
Journalist

[mittelstand@bvmw.de](mailto:mittelstand@bvmw.de)



# NACHHALTIGER FLIEGEN

Mit dem Ziel, umweltfreundlicher und klimabewusster zu fliegen, setzt Turkish Airlines seit dem 2.2.22 auf der Route Istanbul-Paris\* einmal wöchentlich Sustainable Aviation Fuel (SAF) ein.



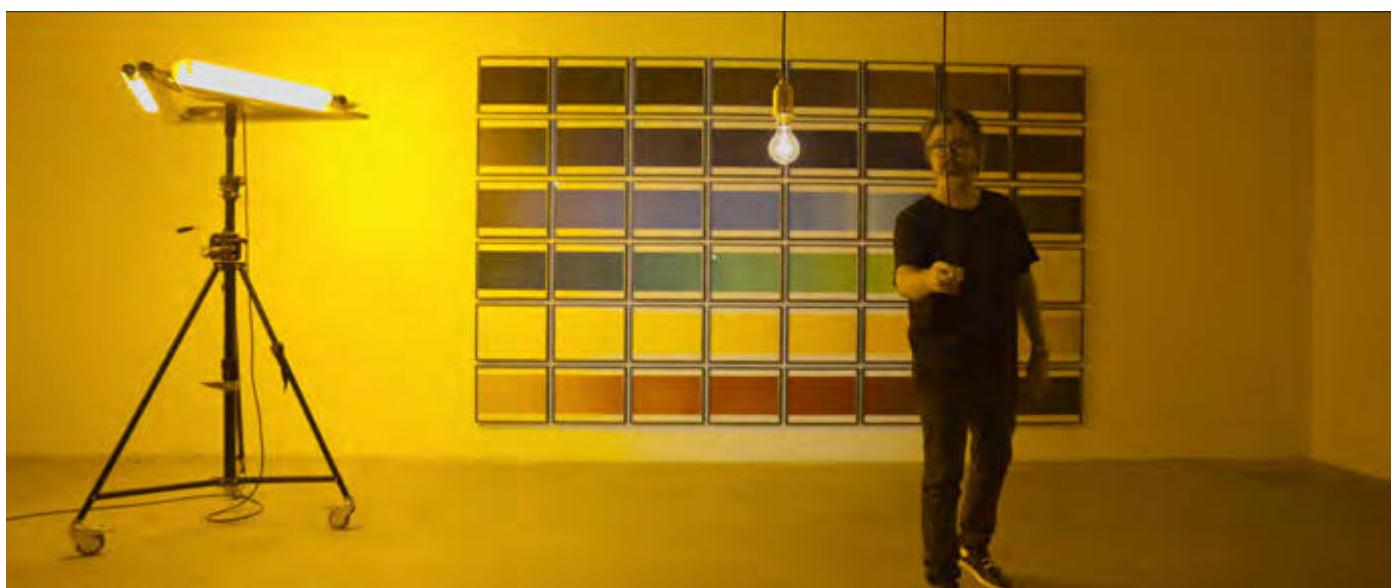
TURKISH AIRLINES



Ruth Carter, Kostümdesignerin.



Moderne Architektur von Bjarke Ingels.



Lichtinstallation von und mit Olafur Eliasson.

## SerienTipp

# Abstrakt – Design als Kunst

International agierenden Kreativen über die Schulter schauen, am Gestaltungsprozess teilhaben, sehen und hören, was sie antreibt, das bietet uns Netflix mit der bildgewaltigen Dokureihe Abstrakt.

In zwei Staffeln à acht und sechs Folgen begleiten wir renommierte Designerinnen und Designer, die sich mit Schuhen, Kleidung, Typografie, Spielzeug, Fotografie, Architektur oder Produkt-Design beschäftigen, und die mit ihrer Arbeit unsere Welt ein bisschen angenehmer machen.

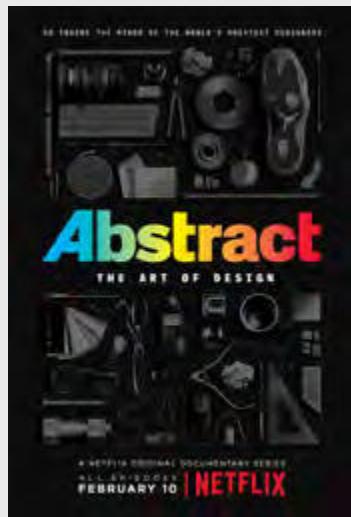
Den Auftakt der ersten Staffel macht der preisgekrönte deutsche Illustrator, Animator und Autor Christoph Niemann. Seine Arbeiten erscheinen regelmäßig auf den Titelseiten vom New York Times Magazin oder dem New Yorker. Er baut mitunter mit Legosteinen, um Bildergeschichten zu erzählen, oder experimentiert mit Obst, Gemüse und allerlei Gegenständen, um ungewöhnliche Illustrationen zu entwerfen. Weiter geht es mit Tinker Hatfield. Auf der Suche nach dem perfekten Sportschuh hat er viele Klassiker entworfen. Der Schuhdesigner kam in den 80er-Jahren auf Umwegen zu Nike, und ist dem Unternehmen bis heute treu geblieben. Sein neuester Coup ist der E.A.R.L., ein selbstschnürender Sportschuh. Die Bühnenbildnerin und Lichtkünstlerin Es Devlin ist auf den großen Bühnen der Welt zu Hause, entwirft Kulissen für Opernhäuser und Theater und Bühnenshows für Miley Cyrus oder Louis Vuitton.

Wir sehen die ungewöhnlichen Häuser des dänischen Architekten Bjarke Ingels, nehmen teil am Entstehen eines neuen Automodells, das Ralph Gilles für Fiat Chrysler entwirft, verneigen uns vor der Göttin des Grafikdesigns Paula Scher, bewundern den Fotografen Platon, der die wichtigsten Personen der

letzten 20 Jahre porträtiert hat, sind fasziniert von der Herangehensweise der Innenarchitektin Ilse Crawford, fragen uns, warum wir noch nie eine Ausstellung mit Werken des Künstlers Olafur Eliasson besucht haben, wünschen uns, es möge auch hierzulande ein so großartiges Institut geben wie das MIT Media Lab in Massachusetts, an dem die Öko-Designerin Neri Oxman mit einem groß-

artigen Team die Stoffe der Zukunft erforscht, wünschen uns, es möge viel mehr Menschen geben, die wie Cas Holman Spiele für Kinder entwickeln, die das Kreative fördern. Und stellen uns am Ende die Frage, die Olafur Eliasson an uns Zuschauer richtet: „Was haben Sie davon, wenn Sie dies sehen?“

Die filmische Umsetzung der 14 Episoden ist selbst ein beeindruckendes Kunstwerk. Die Macher gehen individuell auf die Personen und deren aktuellen Projekte ein und haben die Arbeiten der Protagonisten brillant in Szene gesetzt. Die einzelnen Folgen wurden von unterschiedlichen Teams produziert. So hat jedes Porträt eine eigene Handschrift, dennoch wird alles zu einem großen Ganzen, das zusammen harmoniert. Am Ende möchte man am liebsten selbst zu Stift, Papier und Werkzeug greifen. Wenn es nur so einfach wäre. Der kreative Prozess ist letzten Endes harte Arbeit. Es hat keinen Sinn, auf Inspirationen zu warten. Wie sagte doch der US-amerikanische Maler und Fotograf Chuck Close: „Inspiration ist etwas für Amateure, ich mache mich einfach an die Arbeit.“



### Abstrakt

Dokureihe (USA 2017 und 2019)

### 2 Staffeln à 8 und 6 Folgen

**Sprache:** Englisch mit deutschen UT

**Netflix**



### Friederike Pfann

BVMW Redaktion  
DER Mittelstand.

friederike.pfann@  
bvmw.de



# BuchTipps



## NOISE

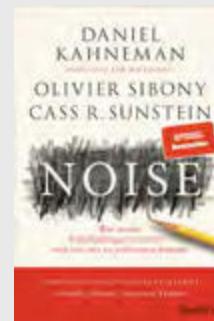
Was unsere Entscheidungen verzerrt – und wie wir sie verbessern können

Warum treffen wir, je nach Umständen, völlig unterschiedliche Entscheidungen auf ein und derselben Faktengrundlage? Wieso kommen zwei Experten, die über identische Informationen verfügen, zu komplett anderen Schlussfolgerungen? Weshalb entscheiden wir uns immer wieder falsch, ob im Beruf oder im Privatleben?

In seinem neuen Buch, das in Zusammenarbeit mit Bestsellerautor Cass Sunstein und Olivier Sibony entstanden ist, klärt Nobelpreisträger Daniel Kahneman über die Vielzahl von oft zufälligen Faktoren auf, die unsere Entscheidungsfindung stören und häufig negativ beeinflussen – sie sind im Begriff „Noise“ zusammengefasst. Wir müssen, ar-

gumentiert Kahnemann, lernen, diese „Störgeräusche“ zu verstehen und mit ihnen umzugehen, nur dann können wir auf Dauer bessere Entscheidungen treffen.

Das Buch richtet sich dabei insbesondere an Entscheiderinnen und Entscheider. Kahneman deckt auf, wie die Bewertung der Personalabteilung über ein und denselben Mitarbeiter mitunter stark davon abhängt, wer gerade bewertet. Laut Kahneman würden die Menschen noch viel zu sehr annehmen, dass Andere so denken wie sie. Gleichzeitig spielt selbst die Tageszeit in die Entscheidungsfindung mit rein. Kahneman deckt auf: Am berühmt-berüchtigten menschlichen Bauchgefühl sei nicht viel dran.



### Noise

Was unsere Entscheidungen verzerrt – und wie wir sie verbessern können

Daniel Kahneman

Siedler Verlag  
480 Seiten

**30,00 €**

### Bauhaus

Die von utopischen Idealen geleitete Schule

Magdalena Droste



**12,00 €**

### Just Money

Dein smarter Vermögensaufbau zwischen Ausbildung, Studium, Karriere und Familie

Birgit Wetjen

Goldegg Verlag  
181 Seiten



**18,00 €**

### Das einzige Buch, das Du über Finanzen lesen solltest

Der entspannte Weg zum Vermögen

Thomas Kehl, Mona Linke

Ullstein  
288 Seiten



**12,00 €**

### Wirtschaftsfotografie

Fotos und Reportagen aus den 1970er und 1980er Jahren

Wolfgang Steche



Morisel Verlag  
126 Seiten

**28,00 €**

### 163 1/2 Impulse für wirkungsvolle, lebendige Online-Meetings

Wie du dich und deine Themen in Videokonferenzen überzeugend rüberbringst

Sabine Bredemeyer,  
Bettina Schöbitz

Business Village  
152 Seiten



**14,95 €**

### Werbung, die Sie sich sparen können

Mit dem roten Faden zur passenden Werbestrategie

Christiane Blenski

UVK Verlag  
190 Seiten



**24,99 €**

# AppTipps



## GRID Veranstaltungen planen

Mit GRID kann man Tickets vorab kaufen. Die QR Codes lassen sich einfach einscannen und ermöglichen eine schnelle Kontrolle bei den Besuchen von Events. Man kann die Speisekarte einsehen und Getränke bestellen, alles ganz einfach per App. Sobald alles fertig ist, erhält man eine Benachrichtigung. Mit dem persönlichen QR-Code kann man alles in der jeweiligen Veranstaltung bezahlen, einschließlich Tickets, Getränke und Trinkgelder. So verbringen Gäste weniger Zeit mit Warten. Auf der Webseite lässt sich eine kostenlose Demo anfordern.

<https://grid.app/de/>



## Myty AR Möbel digital ausprobieren

Mit der Myty App kann man Designer-Möbel in Augmented Reality genau dorthin anschauen, wo sie später einmal stehen sollen. In Echtzeit lassen sich in dem leistungsstarken Tool Produkte frei im Raum anordnen. Man kann mit der Smartphone-Kamera um sie herumlaufen und so nach und nach ganze Räume neu gestalten. Zusätzlich zu einer breiten Palette an echten Designer-Möbeln lassen sich auch Wandfarben ausprobieren und virtuell neue Böden einfügen. Myty AR ist im Google Play Store und Apple App Store verfügbar.

<https://myty.app/en>



## Canva Grafikdesigns erstellen

Canva bietet Tausend professionell erstellte Vorlagen, Bilder und hochwertige Inhalte zur Auswahl, um Design-Ideen sofort umzusetzen. Mit Canva wird die Entwicklung eigener Designs nicht nur kinderleicht, sondern macht auch noch Spaß. Die App ist entweder online zum Download oder im App Store und Play Store kostenlos verfügbar. Die Pro-Version mit zusätzlichen Funktionen gibt es für einen monatlichen Aufpreis.

[www.canva.com/de](http://www.canva.com/de)



## Logo Maker Einfaches Grafik-Design

Der Logo Maker ermöglicht es, erste Logo-Ideen mit wenigen Klicks zusammenzustellen. Eigene Ideen und Visionen werden zu Logos und lassen sich mit der App einfach visualisieren. Auch wenn dadurch kein Designer ersetzt wird: Die einfache Handhabung der App ermöglicht es Laien, Text- und Bildelemente zu kombinieren, sodass auch schon für erste Präsentationen Bildmaterial vorhanden ist. Der Logo Maker von Content Arcade ist im Google Play Store und Apple App Store verfügbar.

[www.logomaker.net](http://www.logomaker.net)



## QR-Code Generator Leichtes Verlinken

Der QR-Code Generator birgt viele Funktionen um einen QR-Code. Die App ermöglicht, auf jede Webseite und jedes Profil in den sozialen Medien zu verweisen. In der Mitte eines QR-Code lässt sich zusätzlich ein Logo einbinden. Auch lässt er sich farblich gestalten, um Orientierung zu geben, wohin der Code verweist. Der QR-Code Generator ist im Google Play Store und Apple App Store verfügbar.

<https://play.google.com/store>



## Grammarly Einfach englische Texte schreiben

Grammarly ist eine Tastatur-App für Android und Apple sowie eine Chrome-Erweiterung, die englischsprachige Texte live analysiert. Mit den stetigen Vorschlägen der App lässt sich auch mit geringen Englischkenntnissen eine ausgefeilte Geschäftsmail schreiben. Dabei lässt die App sich auch auf Dialekte anpassen. Für Wortwiederholungen bietet Grammarly auch Synonyme an und lädt damit zum Lernen ein.

[www.grammarly.com](http://www.grammarly.com)





## NACHGEFRAGT

# Dr. Marianne Janik

Sie wollten schon immer mal Menschen aus Politik, Wirtschaft und Kultur besser kennenlernen? Wir stellen Ihnen in dieser Reihe jeweils eine Persönlichkeit vor, die Fragen zu ihrer Person und ihrer Karriere beantwortet. Dieses Mal die Vorsitzende der Geschäftsführung von Microsoft Deutschland GmbH, Dr. Marianne Janik.

**Welche Person in Ihrem Leben hat Sie am meisten beeinflusst?**

Natürlich meine Eltern! Als Berufseinsteigerin hat mich aber besonders Edzard Reuter mit seiner Vision von Daimler als integriertem Technologiekonzern beeindruckt – und ich habe viel gelernt, auch durch das Scheitern der Idee einer Welt-AG.

**Haben Sie ein Lebensmotto?**

Ein Tag mit mindestens drei Kunden- oder Partnergesprächen ist ein guter Tag.

**Haben Sie Vorbilder?**

Ich finde die Lebensleistung der Queen und ihr Netzwerk beeindruckend.

**Gibt es ein Buch, das Sie besonders beeindruckt hat?**

Immer das, was mich auf neue Gedanken bringt. Aktuell liegen „Open Strategy“ und „2030“ von Mauro Guillén auf meinem Nachttisch.

**Haben Sie einen Lieblingsfilm?**

Sogar eine ganze Serie: Bei „Downtown Abbey“ kann ich wunderbar entspannen.

**Welche drei Schallplatten nehmen Sie mit auf eine einsame Insel?**

Auf der einsamen Insel wird es eher keinen Strom geben. Dann lieber ein Klavier, um selbst zu musizieren.

**Ohne welche App könnten Sie nicht leben?**

Ohne meinen Outlook-Kalender wäre mein Leben schon ziemlich chaotisch.

**Was essen Sie am liebsten?**

Ausgewogen und abwechslungsreich, aber leider viel zu schnell: viel Gemüse, Salat und am liebsten Fisch.

**Was ist Ihr Lieblingsgetränk?**

Morgens Kaffee, dann viel Wasser und Tee. Ein paarmal im Jahr einen wirklich guten Rotwein.

**Musterschülerin oder Wildfang?**

Beides zur richtigen Zeit und am richtigen Ort.

**Was war Ihr Berufswunsch als Kind?**

In einer internationalen Organisation zu arbeiten, aber mich haben neue Technologien, ihre Umsetzung und ihre Auswirkung immer fasziniert.

**Haben Sie jemals an Ihrer beruflichen Entscheidung gezweifelt?**

Nicht am Job selbst, ein- oder zweimal an einer toxischen Unternehmenskultur. Dann habe ich mich eben umorientiert und woanders angefangen.

**Was machen Sie in Ihrer Freizeit?**

Am liebsten gehe ich mit meinem vierbeinigen Fitnesstrainer Rumo, einem Aussie, vor die Tür – egal bei welchem Wetter.

**Wie gehen Sie mit Rückschlägen oder Niederlagen um?**

Hoffentlich kreativ! Und vor allem in meinem Umfeld erträglich. Wirklich frustrierend finde ich eigentlich nur, aus Fehlern nichts zu lernen.



### Visitenkarte

Seit November 2020 ist **Marianne Janik** als Area Vice President für Microsoft Deutschland verantwortlich. Zuvor war sie mehr als fünf Jahre lang als General Manager für Microsoft Schweiz tätig. Die promovierte Juristin verfügt über langjährige Vertriebs- und Führungserfahrung. Marianne Janik begann ihre berufliche Laufbahn bei Daimler Benz und EADS. 2011 wechselte sie zu Microsoft Deutschland, wo sie als Teil der Geschäftsführung für die Bereiche Öffentlicher Sektor, Bildung und Gesundheit zuständig war. Qualifizierung liegt ihr besonders am Herzen. Dies ist auch eines der Themen, die Microsoft als neuer Premiumpartner des BVMW unterstützt.



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

5G  
INKLUSIVE<sup>1</sup>

Business Mobil Tarife

# EXKLUSIVE VORTEILE FÜR BVMW-MITGLIEDER

Profitieren Sie jetzt von besonderen Konditionen bei unseren Mobilfunktarifen!

- 15 % Preisvorteil auf den monatlichen Grundpreis<sup>2</sup>
- 15 % Preisvorteil auf Endgeräte<sup>3</sup>
- 15 % Preisvorteil auf Zubehör<sup>3</sup>
- Einmaliger Bereitstellungspreis von 25,17 € entfällt<sup>4</sup>

Weitere Infos:

- Verbandshotline: **0800 33 06009**
- E-Mail: [verbaende-vorteil@telekom.de](mailto:verbaende-vorteil@telekom.de)
- In Ihrem Telekom Shop: [telekom.de/terminvereinbarung](http://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](http://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.



## Erlebbare Unternehmensleitbilder schaffen Orientierung

- » Fokus für den Purpose, die Vision und die Mission Ihres Unternehmens
- » Klarheit für die Identifikation der Mitarbeitenden und Stärkung der Arbeitgebermarke
- » Weichenstellung für Sicherheit und Erfolg in der Zukunft

Definieren Sie mit uns Ihr zukunftsfähiges und erlebbares Leitbild

Die Resultate der Ben Schulz & Partner AG bringen Menschen, wirtschaftliche Aspekte und Ihre Unternehmens-Vision in eine Symbiose. Mit unserem Leitbild-Profil garantieren wir Nachhaltigkeit in dem Erleben Ihres Leitbildes.

Weitere Infos:  
[www.benschulz-partner.de/leitbild-infopaket](http://www.benschulz-partner.de/leitbild-infopaket)



# ZEITENWENDE Zukunfts- stabilität

Die zunehmende Volatilität von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft schränkt die Planbarkeit für EntscheiderInnen immer weiter ein. Unsicherheit und Widersprüchlichkeit werden zu ständigen Begleitern, denn in komplexen Situationen müssen schnell Entscheidungen getroffen werden. Klare Orientierung wird zur obersten Prämisse für EntscheiderInnen.



**DOWNLOAD: LEITBILD INFOPAKET**  
Video-Vortrag von Ben Schulz und fünf Artikel zum Thema