

KALKÜL

RECHT, STEUERN & FINANZEN: DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR DIE ORTENAU

AUSGABE 19 • SCHUTZGEBÜHR: 7,80 EURO



DIE COOLE BLONDE

Die Bauhöfers brauen Bier. Seit Generationen. Jetzt aber entdecken sie ihren eigenen Namen wieder. Dank einer Tänzerin vom Broadway ...

- 04 DIE MIT DEM SCHOTTER: FLORIAN BUCHTA UND DIE UHLS
- 12 DAS GANZ GROSSE RAD: ONLINE-PIONIER PETER LITTERST
- 30 CORONA-RECHT: WAS ARBEITGEBER JETZT WISSEN MÜSSEN
- 42 STOFFWECHSEL IN WALDKIRCH: DIE STICKSTOFF-STORY
- 60 THE SHOW MUST GO ON: WIE MAIK FÖRSTER DER KRISE TROTZT

SIND LIVE-ÜBERTRAGUNGEN AUCH FÜR DICH INTERESSANT?

LIVESTREAM STUDIO IN DER ORTENAU

STAGE CONCEPT BIETET SCHLÜSSELFERTIGE LIVE-VIDEODIENSTE VOR ORT
EXKLUSIV FÜR LIVESTREAM-KUNDEN

Finde jetzt die richtige Ausstattung für dich auf:
ortenau-live.com



Inhouse Studio mit 300m² · Übertragung und Streaming · Postproduktion und Schnitt

Telefon +49 (0) 78 44 91 33 0
E-Mail info@stage-concept.de

STAGE
CONCEPT

LICHT · TON · VIDEO · BÜHNE

www.stage-concept.com
www.ortenau-live.com

EDITORIAL

Seit anderthalb Jahren kämpfen wir gegen Corona. Mancher wird jetzt sagen: Es sind erst 18 Monate? Fühlt sich doch viel länger an! Sind wir mit dieser Seuche nicht schon ewig und drei Tage gestraft? Nein. Sind wir nicht. Als Unternehmer sollten wir auch nicht jammern, sondern das Positive sehen. Die Chancen. Genau darum geht es in diesem Magazin. Wir berichten von Menschen, die neue Ideen entwickeln und andere dafür begeistern. Maik Förster ist so ein Typ. Dessen Unternehmen ist seit anderthalb Jahren zwangsweise geschlossen – und er hat einfach etwas Neues aufgebaut.

Wir haben Duschan Gert getroffen, für den bei Offenburgs größtem Handelsunternehmen im März das Ende der Karriere erreicht war. Seine Reaktion? Er gründet einen Online-Marktplatz, wird mit 60 Entrepreneur und geht mit seinem Start-up steil. Ein Typ wie Florian Buchta dagegen könnte inzwischen auch alle fünf gerade sein lassen – aber er hat den Ehrgeiz, aus Kies und Schotter mehr zu machen als bloß Geld. Also baut er das Familienunternehmen Uhl weiter aus, erschließt neue

Ein Heft voller Menschen mit Ideen und der Kraft, andere dafür zu begeistern

Geschäftsbereiche und lässt sich dabei auch von immer neuen Umweltauflagen nicht entmutigen. Im Gegenteil: Auch das sind Chancen. Warum sollen denn strengere Vorgaben in Sachen Kreislaufwirtschaft und Umweltschutz gleich zu einer Katastrophe führen, solange die Rahmenbedingungen für alle Marktteilnehmer gleich sind?

Apropos Rahmenbedingungen: Wie schnell sich diese verändern können, zeigt das Beispiel von Peter Litterst aus Gengenbach. Der Mann war Deutschlands erfolgreichster Dienstwagenverkäufer. Die Fundis unter den Grünen werden sagen: An seinen Fingern klebt Diesel! Tatsächlich aber hat er sich neu erfunden und als einer der Ersten erkannt, welche Chancen der Fahrradmarkt und insbesondere das Suchmaschinenmarketing bieten, wenn man es richtig macht. Millionen hat er an Google nach Dublin überwiesen und ist so zum erfolgreichsten Fahrradhändler Deutschlands geworden. Als solcher kann man ein Autohaus auch gern mal verkaufen und ganz entspannt der Zukunft entgegenstrampeln. In diesem Sinne: viel Erfolg!

Die Herausgeber



Dr. Frank Wertheimer

Rechtsanwalt und Sozius der Kanzlei KRAUSS-LAW in Lahr. Seine Themen: Medizin-, Arbeits- und Hochschulrecht



Dr. Stefan Krauss

Rechtsanwalt, Wirtschaftsjurist und Gründer der Kanzlei KRAUSS-LAW. Seit 2001 Fachanwalt für Arbeitsrecht



Florian Künstle

Wirtschaftsprüfer in eigener Kanzlei, Steuerberater und wie sein Kompagnon Kalkül-Herausgeber seit 2011



Patrick Reisch

Steuerberater, Diplom-Betriebswirt und Geschäftsführer von Reisch & Künstle mit Sitz in Wolfach und Haslach

KALKÜL IMPRESSUM

Herausgeber: Florian Künstle, Patrick Reisch (Reisch & Künstle) | Dr. Stefan Krauss, Dr. Frank Wertheimer (KRAUSS-LAW)

Redaktion: Ulf Tietge (V.i.S.d.P.) | Imke Rosebrock | Stephan Fuhrer | Patrick Czelineski | Thomas Glanzmann | Verena Vogt • **Grafik:** Stefan Hilberer | Franziska Dreher • **Lektorat:** Heike Schillinger

Verlag: Tietge GmbH | Geschäftsführer: Ulf Tietge | Wilhelmstraße 31 · 77654 Offenburg | 07 81/9 19 70 50 | info@tietge.com · www.tietge.com

Druck: Wir machen Druck GmbH | Mühlbachstraße 7 · 71522 Backnang

Die Inhalte dieses Magazins werden mit größter Sorgfalt recherchiert und verfasst. Der Verlag übernimmt dennoch keine Gewähr für Richtigkeit und Vollständigkeit der Informationen, auch ersetzen sie nicht die Beratung durch Rechtsanwalt oder Steuerberater.

Keine Haftung für eingesandte Manuskripte. Das Magazin oder Teile davon dürfen nur mit Genehmigung des Verlags nachgedruckt oder vervielfältigt werden. | Kalkül online: www.kalkuel-magazin.de

DER MANN MIT DEM KIES

Wenn einer Schotter hat, dann doch er, oder? Zumindest im Wortsinne. Tatsächlich führt Florian Buchta die Kiesdynastie der Uhls in ein neues Zeitalter – und hat nicht vor, nur den Status quo des Familienunternehmens zu verwalten

Ein Beitrag von Ulf Tietge

Badens Gold ist grau und staubig. Durchsetzt mit weißem Quarz, gelbem Sand und manchmal auch einem Mammutzahn aus der Eiszeit. Als nach Mengen begehrtester Rohstoff der Welt wird Badens Gold aber nicht in Unzen oder Barrel, sondern in Tonnen gehandelt. Der Preis? 10 bis 15 Euro. Je Tonne. Ohne Transportkosten. Klingt nicht nach viel – und reicht doch, um darauf ein Unternehmen wie die Firma Uhl mit derzeit 200 Mitarbeitern in neun Kieswerken und einem Umsatz von rund 50 Millionen Euro aufzubauen.

An der Spitze dieses Unternehmens steht Florian Buchta. 44 Jahre jung, aber schon mit diesem George-Clooney-Grau an den Schläfen. Ein smarter Typ mit Faible für schnelle Autos. „Ich wollte eigentlich einen Porsche fahren, noch ehe ich 30 werde“, verrät er in seinem Büro, in dem das eine oder andere Zuffenhausener Modell in miniature steht. „Ich hab dann aber doch bis 32 gebraucht...“, sagt er und lacht.

Denn dass es mit dem Porsche überhaupt klappt, war anfangs nicht klar. Der Ortenberger Florian Buchta stammt aus einem Lehrer-Haushalt. Riecht nach Volvo, Skoda oder was langweilig Vernünftigen. Aber der Sohnemann hat andere

Vorbilder. Mit Freude liest er Kostolany, begeistert sich für Dagobert Duck und spielt viel lieber ‚Monopoly‘ als ‚Mensch ärgere Dich nicht‘. „Geld hat mich immer schon interessiert“, sagt er 30 Jahre später. „Aber nicht der Besitz an sich, sondern was man damit bewegen kann!“ Ein Überflieger ist er dennoch nicht. Eher im Gegenteil. Fürs Abi geht Buchta vom Schiller ans WG, weil einer seiner Pädagogen ihm schon in der 10. Klasse klarmacht: „Solange ich hier Lehrer bin, machen Sie hier kein Abi.“ Dann also Wirtschaftsgymnasium. Abschluss mit 3,1. Auch nicht gerade berühmt, aber wer fragt danach schon.

„Vertrieb ist genau mein Ding!“

Nach dem Zivildienst heuert Buchta beim Gerling-Konzern an. Duales Studium. BWL in Mannheim. Mehr als 50 Bewerbungen hat er dafür schreiben müssen – aber es lohnt sich. „Ich hab schnell gemerkt: Vertrieb ist genau mein Ding“, sagt Buchta. „Später dann hab ich festgestellt, dass es noch mehr Spaß macht, Dinge zu verkaufen, die man auch anfassen, sehen, begreifen kann.“ Bevor das klappt, schickt ihn Gerling aber erst mal an die European Business School nach Oestrich-Winkel, denn Buchta ist für die neue Finanzdienstleistungs-Sparte vorgesehen, ▶

„Geld hat mich schon immer interessiert. Nicht der Besitz an sich, sondern was man damit bewegen kann!“



FLORIAN BUCHTA

Florian Buchta hat als Schwiegersohn im Jahr 2001 im Familienunternehmen Uhl begonnen und ist seit 2018 als Vollhafter und Komplementär für das Unternehmen mit derzeit neun Kieswerken, drei Transportbetonwerken und einem Pflastersteinwerk verantwortlich. Umsatz aktuell: um 50 Millionen Euro.

Florian Buchta lebt mit seiner Frau Diana und den drei Kindern in Offenburg. Steht also schon die vierte Generation in den Startlöchern? „Keine Ahnung“, sagt Florian Buchta. „Wichtiger ist, dass sie etwas finden, was ihnen Freude macht.“



Blick auf den Bagger von Uhl in Burkheim am Kaiserstuhl

So idyllisch die Rohstoffförderung hier aussieht – immer mehr Bürgerinitiativen machen gegen Baggerseen mobil

- › die in Mannheim dann aber doch nicht etabliert wird. Auf zu neuen Ufern also!

Aus der Vertriebsmannschaft eines Konzerns wie Gerling in die Chefetage einer Schutterwälder Kies-Dynastie – das erklärt sich nur, wenn man auch die private Seite von Florian Buchta kennt und um die Freundschaft zu Tino Uhl weiß, dem Enkel von Firmengründer Hermann Uhl. Tino und Florian lernen sich in der Schule kennen, ziehen um die Häuser, gehen beide nach Mannheim – und 1998 lernt Florian dann Tinos Schwester Diana kennen. Die beiden werden ein Paar, heiraten und Florian avanciert als Schwiegersohn zum Mitglied der Uhl-Dynastie. Seine Perspektive: Leiter des Kieswerks am Kaiserstuhl. Wenn er sich bewährt. Bis dahin aber: den grünen Anton anziehen, Sicherheitsschuhe statt Budapester und weg mit der Krawatte. „Ich hab als Wäger angefangen, dann ging's ins Labor, in den Radlader, an die Steinpresse und auf Messen“, sagt Florian. „Von der Pike auf habe ich jeden Winkel des Kieswerks kennengelernt – und ich glaube: Das war gut so!“

Der Millionär der roten Zahlen

Als sich Tino Uhl entscheidet, in die Schweiz zu gehen, um dort die Uhl Verbundstein AG zu leiten, wird Florian am Stammsitz Schutterwald gebraucht. Den Rest kann man sich denken: Als Schwiegersohn bekommt er von Jahr zu Jahr mehr Verantwortung, wird Prokurist, dann Komplementär und Vollhafter. 2018 übernimmt er die Verantwortung für das Unternehmen vom Schwiegervater. Von einem Tag auf

den anderen Tag Millionär? „Ja, aber einer mit roten Zahlen“, sagt Buchta lachend. „Denn wir haben ja die Anteile abgekauft. Sicher zu einem fairen Preis, aber eben schon zu einer Summe, vor der man Respekt haben sollte.“

Der Betriebsübergang gelingt. Ziemlich reibungslos sogar. „Mein Schwiegervater hat alles richtig gemacht. Er hat mir Vertrauen geschenkt, immer mehr Kompetenzen übertragen und mich auch mal Fehler machen lassen“, sagt Buchta. „Ich hab lernen müssen, dass Gras auch dann nicht schneller wächst, wenn man daran zieht. Man erreicht mehr, wenn man auch mal großzügig ist und eben nicht so verbissen.“

Weg mit der
Krawatte! Der Weg
in die Chefetage
beginnt im grünen
Anton an der Waage
des Kieswerks ...

Wie man Kies veredelt? Mit Zement ...

Man hat leicht reden, wenn man einfach nur Rohstoff aus dem Boden holen muss, um Geld zu verdienen? „Wer das denkt, kann es ja gern mal in unserer Branche versuchen“, sagt Florian Buchta und blickt vom großen Mischturm auf das Firmengelände am Schutterwälder Baggersee. Der

Kies aus dem See wird hier zu Transportbeton veredelt, findet in der Pflasterstein-Produktion Verwendung oder wird zu Gartenmauern aus Beton. So macht man aus 15 Euro je Tonne ein Vielfaches. „Das stimmt schon“, sagt Buchta. „Aber trotz des aktuellen Baubooms: Vor 20 Jahren war das Geschäft auch nicht schlechter...“

Die großen Sorgen der Kies-Barone sind die Genehmigungen. „Je nach Kieswerk reichen unsere Vorräte für die nächsten 10 bis 80 Jahre. Aber die wasserrechtlichen Genehmigungen gibt es nur für 15 Jahre – und niemand kann einem im Vorhinein sagen, ob eine Verlängerung erteilt wird.“ Denn so



Foto: Michael Bode

beliebt Baggerseen als Naherholungsgebiete sind – vielerorts am Oberrhein machen Bürgerinitiativen gegen den Abbau mobil und wehren sich gegen Schwimmbagger und Co. Der große Traum vom zehnten Kieswerk – er bleibt wohl unerfüllt. „Es ist wahrscheinlicher, dass wir irgendwann mit sieben oder acht Abbaustätten auskommen müssen“, sagt Buchta. Dass die Politik parallel dazu im Sinne der Kreislaufwirtschaft Druck macht und auf Recycling setzt, macht ihm keine Sorgen. „Beton im großen Maßstab zu recyceln ist in Ballungsräumen ein Thema – aber nicht hier im ländlichen Raum. Es gibt einfach nicht annähernd genug Abbruch, als dass wir die Produktion drosseln könnten. Und ich bin sicher: Es wird auch die nächsten 20 bis 30 Jahre keine echte Alternative zum Baustoff Beton geben.“

Die Aussichten: Baustellen ohne Ende

Ob damit auch die nächste Generation noch genug Kies unter den Füßen hat? „Die Frage stellt sich noch nicht“, sagt Florian Buchta. „Ich bin schließlich nicht angetreten, um nur neun Kieswerke zu verwalten.“ Rund 100 Wohnungen haben die Uhls in den vergangenen Jahren mit ihrem Beton bauen lassen; wenn in der Zukunft noch ein Hochhaus dazu käme, wäre der nächste große Traum auch wahr. Und sonst? „Wir werden viel zu tun haben“, sagt Buchta. „Deutschlands längster Bahntunnel soll gebaut werden, die Landesgartenschau Offenburg steht an, die neue Autobahnausfahrt und ein neues Klinikum sollen realisiert werden.“ Digitalisierung ist ein weiteres großes Thema für die Branche. Die Materialbestellung per App, Lösungen für Baustellen, auf denen es keine gemeinsame Sprache mehr gibt – all das sind Themen für morgen. Langweilig wird es den Uhls also sicher nicht. ■

**JETZT
HEIMAT-
ENTDECKER
WERDEN**

Mit der Heimatbude den Schwarzwald entdecken

WIR LIEFERN MIT GUTEM GEWISSEN

Dein Onlineshop mit klimaneutralem Versand

OB AM STRAND, IM WALD ODER AUF TERRASSIA –
UNTER HEIMATBUDE.COM FINDEST DU GENUSS UND
INSPIRATION AUS DEM SCHWARZWALD: GIN, RUM,
WEIN, GEWÜRZE, KOSMETIK, KOCHBÜCHER UND
ALLES RUND UM UNSER MAGAZIN #HEIMAT.

MIT UNSEREM TEAM SIND WIR DAFÜR STÄNDIG
UNTERWEGS. IMMER AUF DER SUCHE NACH NEUEN
IDEEEN AUS KLEINEN MANUFAKTUREN. DIE SCHÖNSTEN
ENTDECKUNGEN NEHMEN WIR MIT – UND
STELLEN SIE IN UNSER SCHAUFENSTER. DESHALB:
SCHAU BESSER REGELMÄSSIG VORBEI ODER ABONNIER
UNSEREN NEUEN NEWSLETTER UND WERDE
SELBST ZUM HEIMATENTDECKER!

www.heimatbude.com –
der Onlineshop von #heimat


HEIMATBUDE
— ALLES FÜR GENIESSER —

UNSER BIER!

Bei den Bauhöfers in Ulm hat wieder ein Familienmitglied das Sagen. Katharina Scheer ist nicht nur Deutschlands jüngste Brauerei-Chefin, sondern auch eine mit Broadway-Erfahrung. Ihre erste Amtshandlung: gleich mal die Marke ändern ...

Ein Beitrag von Stephan Fuhrer

Von New York bis in die Ortenau sind es satte 6200 Kilometer Luftlinie. Das ist rein geografisch betrachtet schon mal 'ne Hausnummer. Doch noch weiter dürfte man in puncto Mentalität auseinanderliegen. Erst recht, wenn man's noch ein bisschen genauer verortet: zum Beispiel nach Manhattan und nach Ulm, dem kleinen Ortsteil von Renchen. Katharina Scheer kennt diese beiden Welten. Und am Ende hat sich die Brauerei-Chefin, Deutschlands jüngste übrigens, für die wesentlich beschaulichere entschieden – für das 2000-Seelen-Örtchen, in dem ihre Familie bereits seit fast 170 Jahren ihr Bier braut. Dabei hätte die heute 27-Jährige auch ein umjubelter Broadway-Star werden können...

Wenn Katharina Scheer in ihrem Ulmer Büro die Geschichte ihrer New-York-Episode erzählt, klingt sie besonders abstrakt. Erst recht, wenn bei geöffneten Fenstern gegenüber die Dorfkirche ihre Glocken läutet und unten auf dem Hof der Familienbrauerei Bauhöfer ein paar Elektrostapler gemächlich über den Hof surren. Während ihrer Tanzausbildung in Freiburg wurde sie für das Hamburger Ballett entdeckt. In der Hansestadt wurden schließlich Talentscouts aus den USA auf die gebürtige Offenburgerin aufmerksam. Und plötzlich war Katharina Scheer von heute auf morgen

Teil einer Muscial-Crew am Broadway, durfte jeden Tag auf die Bühne und musste sich dafür drei Stunden schminken lassen. 2016 war das. Und schnell wurde der jungen Frau klar: Das ist eine ganze andere Welt, als sie es sich bisher vorgestellt hatte. Die Ellenbogenkämpfe drumherum, die schlechte Bezahlung, das Heimweh: „Das war einfach nicht meins, das wurde mir klar“, erzählt Katharina Scheer. Dafür wurde ihr bewusst, was sie eigentlich wollte: Familie. Heimat. Kurzum: die Familienbrauerei zu Hause in eine gute Zukunft führen. In fünfter Generation...

Von der Bühne auf den Chefsessel: Von jetzt auf gleich ging das natürlich nicht. Auch wenn Scheer als Kind und Jugendliche immer nah an der Brauerei dran war. Mit Opa Eugen Bauhöfer durfte die kleine Katharina immer mal wieder auch zu Kundenterminen mit. Wenn denn Zeit war, und Enkelin und Großvater nicht gerade zusammen meterlange Bierdeckelbahnen bauten. Um eine Brauerei mit rund 30 Mitarbeitern und einer Brauleistung von 50000 Hektolitern zu leiten, brauchte es aber noch ein bisschen mehr. „Das war mir bewusst“, sagt die Brauerei-Chefin, die bereits vor ihrer Zeit in New York ein duales Betriebswirtschafts-Studium in Schwenningen absolviert hatte.

KATHARINA SCHEER

Frauen und Bauhöfer: Katharina Scheer ist nicht die erste auf dem Ulmer Chefsessel. Maria Anna Bauhöfer hatte die Brauerei einst mit ihrem Mann Ludwig gegründet. Als dieser früh verstarb, übernahm sie zeitweise das Ruder, ehe Sohn Gustav Bauhöfer schließlich den Betrieb weiterführte.

Dennoch sind Brauerei-Chefinnen in der Branche ziemlich selten. Kein Wunder, dass sich daher selbst das Fernsehen anfangs auf Katharinas Geschichte stürzte – zumal die Story mit der Broadway-Tänzerin, die zur Brauerei-Chefin wird, einfach zu schön ist, um sie nicht zu erzählen.

Übrigens: Die Tanzschlappchen hängen noch immer am Haken, sollen aber wohl bald mal wieder zum Einsatz kommen ...

Foto: Jigal Fichtner



Generationentreffen

Tradition leben, aber dabei neue Wege gehen – „das ist genau unser Bier“, sagt Katharina Scheer, die sich fürs Werbefoto ein Bierchen mit Opa Eugen Bauhöfer gönnt

› Erst mal frech die Marke ändern ...

Zu Hause kamen die Ballettschläppchen also erst mal an den Haken. Stattdessen schnappte sich Katharina den Laptop und ging an den Chiemsee ins Hofbräuhaus Traunstein. Dann weiter zu Dinkelacker nach Stuttgart – wie Bauhöfer eine Familienbrauerei, wenn auch deutlich größer – und zu guter Letzt in eine Werbeagentur. Erfahrungen und Ideen sammeln. Schauen, wie es andere machen. Und überlegen, ob das auch zu Hause in Ulm Sinn machen könnte. 2019 kam Katharina Scheer schließlich zurück. 25 Jahre alt und zunächst mit viel gesundem Respekt. Ist sie der Herausforderung bereits gewachsen? Wie wird die Belegschaft reagieren? „Manche Mitarbeiter kannten mich ja noch als Baby, die haben mich hier früher zwischen den Bierkisten herumgetragen“, sagt die Chefin und lacht. Aber vielleicht war gerade das der Grund, warum von Anfang an alles gleich so passte, als wäre schon immer klar gewesen, dass es eines Tages in der Familienbrauerei genau

so kommen würde. „Ich wurde toll aufgenommen und von meinem Vorgänger Siegbert Meier sehr gut eingearbeitet“, sagt Katharina Scheer. Meier hatte zuvor fast 20 Jahre die Geschäfte geleitet und blieb der Brauerei in beratender Funktion erhalten.

Seit 1. Januar 2020 ist Katharina nun kaufmännische Geschäftsführerin – und legte direkt mächtig los. Eine ihrer ersten Amtshandlungen hat es gleich in sich: Es gibt nicht nur neue, schmucke Etiketten, sondern auch direkt einen neuen Markennamen. Aus Ulmer Bier wird Bauhöfer – ein mutiger Schritt. „Wir sind eine Familienbrauerei, das dürfen wir auch gern im Namen tragen“, sagt Katharina Scheer dazu. Zudem sei es für die Ulmer schon immer blöd gewesen, außerhalb der direkten Umgebung erklären zu müssen, dass ihr Bier eben nicht aus der großen schwäbischen Domstadt komme, sondern aus Renchen-Ulm in der Ortenau. Vorgänger Siegbert Meier hatte zu diesem Thema mit dem

hellen Lager, das 2016 als „Bauhöfer's Schwarzwaldmarie“ in den Handel kam, bereits die Richtung vorgegeben – mit dem Rückhalt der Familie. Und trotzdem: Die Kernmarke gleich mal komplett umzustellen, ist eine Entscheidung mit Tragweite. Schließlich muss das am Ende die Kundschaft nicht nur mitkriegen, sondern auch gutheißen. Die praktische Umstellung hat dann auch ihre ganz eigenen Tücken. Neue Bierdeckel und -kisten, neue Etiketten, neues Marketing. Dazu prangt das Ulmer-Logo bald an jeder zweiten Wirtschaft rund um Oberkirch und Appenweier. „Gut, dass mir am Anfang noch nicht so klar war, was da alles dahintersteckt. Sonst hätte ich's vielleicht nicht als Allererstes gemacht“, sagt Katharina Scheer und schmunzelt.

Doch der Markenwechsel klappt. Das Feedback von Handel und Kundschaft ist fast durchweg positiv. Glaubwürdig ist das neue Image der Familienbrauerei ohnehin, das wissen die Menschen in Ulm und Umgebung natürlich. Man kennt sich ja in der Ortenau. Die Belegschaft stand bei dem Manöver ohnehin sofort hinter der neuen Chefin. Die Entscheidung fiel Katharina Scheer am Ende schließlich auch nicht allein. „In so einem kleinen Unternehmen müssen wir das, was wir machen, ja alle gut finden“, sagt sie. Zumal die Bauhöfer-Enkelin auch nicht als alleinige Geschäftsführerin die Geschicke des Familienbetriebs leitet. Ihre Großcousine Elisabeth Bauhöfer kümmert sich ums Qualitätsmanagement, Elisabeths Mann Alexander Schneider steht als Braumeister am Kessel – und beide sind seit Jahren im Betrieb. „Wir bringen uns alle ein, keine Frage. Aber am Ende muss dann halt jemand die Entscheidung treffen und umsetzen“, sagt die junge Brauerei-Chefin. Und Katharina Scheer hat natürlich noch viel mehr Ideen im Kopf. So viele, dass sie ihre Mitarbeiter ab und an auch mal bremsen müssen. Veränderungen? Ja, gern. Aber bitte nicht alles auf einmal. „Das weiß ich natürlich auch, aber manchmal fällt mir das echt schwer“, sagt sie.

Verlässlich gutes Bier

In puncto Sortiment und Qualität soll indes erst mal alles beim Alten bleiben. Seit Kurzem gibt's ein Naturradler samt Alkoholfrei-Version von Bauhöfer, weil das inzwischen eben fast schon zum Standardsortiment einer Brauerei zu gehören hat, aber viel mehr sei derzeit nicht geplant. Auch die Craft-Beer-Welle mit ihren intensiven Aromen und schrillen Etiketten sind in Ulm kein Thema. „Dieser Trend hat der Branche sicherlich gut getan, zu uns passt er aber nicht“, sagt die junge Chefin. Denn bei aller Erneuerung: Altbewährtes muss ja auch nicht immer schlecht sein. „Wir sind als Brauerei ja auch deshalb groß geworden, weil wir offensichtlich über Jahrzehnte hinweg verlässlich gutes Bier gemacht haben“, sagt Katharina Scheer. Und das solle auch bitte schön in fünfter Generation so bleiben... ■



Angekommen!

Katharina Scheer genießt den Respekt ihrer Mitarbeiter – auch wenn oder gerade weil diese sie zum Teil schon als Baby übers Brauereigelände getragen haben



DAS GANZ GROSSE RAD

Mit Google als Partner vom Dienstwagen-Verkäufer zu Deutschlands größtem E-Bike-Händler mit 50 Millionen Euro Umsatz: die bemerkenswerte Geschichte des Gengenbachers Peter Litterst





Der Radgeber: In einem umgenutzten alten Supermarkt hat Peter Litterst Deutschlands erfolgreichsten Radladen aufgebaut. Sein Geheimnis: Google-Know-how und viel Budget ...

Ein Beitrag von Ulf Tietge

Deutschlands erfolgreichster Fahrradhändler sitzt nicht in München, Berlin oder Hamburg – sondern im Kinzigtal. Genauer: im beschaulichen Gengenbach. E-Bikes, Rennräder und Mountainbikes im Wert von mehr als 50 Millionen Euro hat Link Rad Quadrat im Jahr 2020 verkauft – und selbst wenn die Gengenbacher nun wirklich ein fahrradaffines Völkchen sind: So viele Räder kann man vor Ort nicht absetzen.

„Das Geheimnis ist unser Onlineshop“, sagt Geschäftsführer Peter Litterst und balanciert zwei Tassen Kaffee aus der Siebträgermaschine am Tischkicker vorbei. „Wir haben 2014 mit dem Verkauf übers Internet begonnen und nicht darauf gehört, dass damals jeder sagte: ‚Fahrräder kann man ohne Beratung gar nicht verkaufen!‘ Oder: ‚Man muss doch eine Probefahrt machen – erst recht, wenn man auch noch E-Bikes verkaufen will!‘ Und dann meinte noch jedermann zu wissen, dass E-Bikes eh nur etwas für ältere Herrschaften seien, die online sowieso nicht zu erreichen wären.“

Was macht man mit 'nem Supermarkt?

Was heute nach großer Vision und ganz viel Weitblick klingt, hat ganz bescheiden angefangen. 2011 saß Peter Litterst noch auf der anderen Seite des großen Parkplatzes rund um das Rad Quadrat. Von dort leitete er das Autohaus Link und bekam irgendwann mit, dass der Lidl seinen erst vier Jahre zuvor erbauten Supermarkt vis-à-vis schon wieder abstoßen wollte. „Für weniger als eine Million“, erzählt Peter Litterst. 6000 Quadratmeter Grundstück, 1400 Quadratmeter unter Dach: Da hab ich natürlich zugegriffen. Platz kann man schließlich immer gebrauchen.“ Und wofür genau? Peter Litterst muss lächeln. „Ich hatte keine Ahnung...“

Autos verkaufen? Dann auf in den wilden Osten!

Rückblende. Deutschland nach dem Mauerfall. Der junge Peter Litterst hat seine kaufmännische Ausbildung bei Opel Linck in Offenburg gerade hinter sich, schon geht es in den wilden Osten. „Bautzen“, sagt Litterst rückblickend. „Für ein Jahr hab ich in einer Jugendherberge gewohnt – und das war nicht einmal das Verrückteste in dieser Zeit.“ Die Adam Opel AG hat Peter Litterst als vorgeschobenen Außenposten ins Land der Trabis und Wartburgs geschickt. Eigentlich soll er Autos verkaufen – tatsächlich aber kann er nur zuteilen. „Wenn nachts die Lkw kamen, warteten schon die Interessenten. Wir haben die Autos verteilt und nicht verkauft. Was aus dem Westen kam, vier Räder hatte und fuhr – das fand auch einen Abnehmer.“

Und doch: Für Peter Litterst ist auch das nur eine Station. „Ich wollte nicht nur Verkäufer sein, sondern noch studieren“, sagt er und schreibt sich – zurück in Offenburg – in der Abendschule ein. Betriebswirtschaft. Mit 23 bringt er es



Auf der Überholspur: Fahrräder liegen voll im Trend – der Umsatz der Branche kletterte 2020 deutschlandweit auf 3,1 Milliarden Euro

so zum kaufmännischen Leiter bei Opel Linck in Offenburg. „Davon habe ich mein ganzes Berufsleben lang profitiert“, sagt Litterst heute. „Dass ich den Vertrieb und die Verwaltung von der Pike auf gelernt habe – und damit einer der wenigen bin, der beide Welten versteht.“

2008 geht es über Kehl nach Gengenbach. Von Linck zu Link. Von Opel zu Audi. Und es geht weiter bergauf, denn Litterst hat eine neue Nische gefunden. Er kauft dem VW-Konzern im großen Stil Dienstwagen ab. Nicht 50 oder 100, sondern gleich ein paar Tausend. Rund 20000 waren es im besten Jahr. „Schnell waren wir der größte Dienstwagenhändler im ganzen Konzern“, sagt Litterst. Kaufen und verchecken. Europaweit. Das Geschäft brummt. Denn wer gibt sich mit fünf oder zehn Prozent Nachlass auf den Listenpreis zufrieden, wenn ein Jahreswagen bis zu 50 Prozent günstiger ist?

Bescheiden bleiben? Es zahlt sich aus!

Am Ende baut Peter Litterst in Gengenbach sein eigenes Autohaus. Nicht so superluxuriös wie es die hohen Herren in Ingolstadt oder Wolfsburg gern sehen würden – aber im Nachhinein ist genau diese Bodenständigkeit ein Glück. Denn die goldenen Zeiten der Branche: Ende der 2000er neigen sie sich bereits dem Ende entgegen. „Um die Jahrtausendwende konnten Autohäuser gar nicht groß genug sein. Heu-



te arbeitet jeder Vertrieb defizitär und nur die Werkstätten verdienen noch Geld.“

Eine tote Branche? Nicht ganz!

Ganz anders dagegen die Situation in der Fahrradbranche. In den 2000er Jahren waren Fahrräder so sexy wie Pickel am Po. „Eine tote Branche“, sagt Peter Litterst. „Aber ich bin halt gern geradelt. Also hab ich ein paar Rennräder und Mountainbikes in den alten Supermarkt gestellt und auf Kundenschaft gewartet.“ Die kam auch. Aber eher spärlich. „2012 kamen dann die ersten E-Bikes auf den Markt und ich war mir sicher: Das machst du nicht! Das sind keine richtigen Räder. Ein paar habe ich dann doch in den Laden gestellt, um zu gucken, wie die Menschen darauf reagieren“, erinnert sich Litterst. „Und plötzlich ging es ab! Die E-Bikes waren so schnell ausverkauft – unfassbar.“ Also nachbestellen. Dann noch mal. Wieder ist es wie damals in Bautzen. Es geht nicht ums Verkaufen, sondern ums Zuteilen.

2014 dann der nächste große Step. Online-Vertrieb. Mal ausprobieren. „Anfangs haben wir die Räder bei Ebay reingestellt und gehofft, dass die Leute zu uns kommen, um direkt im Laden zu kaufen“, sagt Litterst und schmunzelt. Hat nicht ganz so funktioniert, im Prinzip aber doch. Ein Jahr später entsteht die Eigenmarke Liq-Bikes. Ein Private-Label-Ansatz, >

i

ONLINE-MARKETING: DIE FÜNF GOLDENEN REGELN VON PETER LITTERST

Was muss man beachten, wenn man online wirklich erfolgreich sein will? Peter Litterst hat da nach sieben Jahren als Online-Marketing-Pionier seine ganz eigenen Top Five beisammen:

Online-Marketing funktioniert am besten, wenn der Markt auch groß genug ist. Daher: Denke national oder größer – und eben nicht regional! Es ist schließlich egal, ob ein Paket in den Nachbarort soll oder nach Schleswig-Holstein ...

Think big! Nicht nur das regionale Absatzgebiet sollte groß genug sein, auch die Budgets müssen passen. Bei aller Liebe zu Sparsamkeit und Kosteneffizienz – im Online-Marketing gilt: Klotzen, nicht kleckern! Mit einem Budget wie früher bei der Tageszeitung wird man keine großen Erfolge feiern können.

Konzentrier dich auf das, was geht – und halt den Apparat klein! Nach dieser Regel richtet sich Peter Litterst bis heute. Mit gerade 33 Mitarbeitern setzt er mehr als 50 Millionen Euro um und konzentriert sich dabei auf deutsche E-Bikes und ein deutsches Antriebskonzept. So halten sich die Reklamationen im Rahmen und das Team spielt sich auf ein eng umrissenes Sortiment ein.

Sei innovativ! Die vorgesehene Abschreibedauer für Software liegt bei 3 bis 5 Jahren? Ganz egal! Die Online-Welt ist so schnell, dass Link Rad Quadrat nach sieben Jahren schon zum fünften Mal den Shop mit neuer Technik neu aufgesetzt hat. Und der nächste Relaunch steht schon ins Haus – entweder mit Magento oder mit Shopware.

Content, Content, Content! Ob für den Newsletter, für Social Media, die Website oder eine neue Landingpage: Nichts verkauft so gut wie gute Geschichten und attraktive Inhalte. Daher beschäftigt Peter Litterst nicht nur eine eigene Content-Managerin, sondern auch einen eigenen Videografen und lässt regelmäßig Filme und Bilder auf Mallorca oder im Schwarzwald produzieren. Die Macht der Bilder eben ...

- › für den ein Hersteller aus Cloppenburg E-Bikes nach den Vorgaben der Schwarzwälder baut. Exklusiv und mit Bosch-Motoren. Nach 400 Rädern in 2011 sind es 2014 schon 3000. Und ein Jahr später setzt das Team 9000 Räder ab. 2021 dürften es wieder um die 30000 werden...

Nicht stehen bleiben! Nie!

Sieben Jahre und fünf Shop-Generationen hat es dafür gebraucht. Außerdem ein bisschen Mut und die Bereitschaft, neue Wege zu gehen. „Wir haben 2015 mit Google Adwords begonnen – und das war der entscheidende Boost-Faktor“, sagt Litterst. „Heute sind wir als First Mover direkt bei Google in Dublin angesiedelt, dürfen Beta-Test-Software ausprobieren und arbeiten derzeit mit 8000 verschiedenen Kampagnen.“

Jeden Morgen werden die Kampagnen überprüft. Was liefert gute Conversions? Zu welchen Preisen werden welche Keywords gehandelt? Wie entwickeln sich die Lookalike- und die Remarketing-Kampagnen? „Das ist wie an der Börse“, sagt Litterst. „Was gestern richtig war, muss heute vielleicht schon wieder abgestoßen werden. Das Keyword E-Bike zum Beispiel: Damit arbeiten wir schon lange nicht mehr! Viel zu teuer!“

Der Erfolg der Online-Kampagnen bemisst sich nach Aufwand und Conversions. Was kostet ein Klick? Wie viele

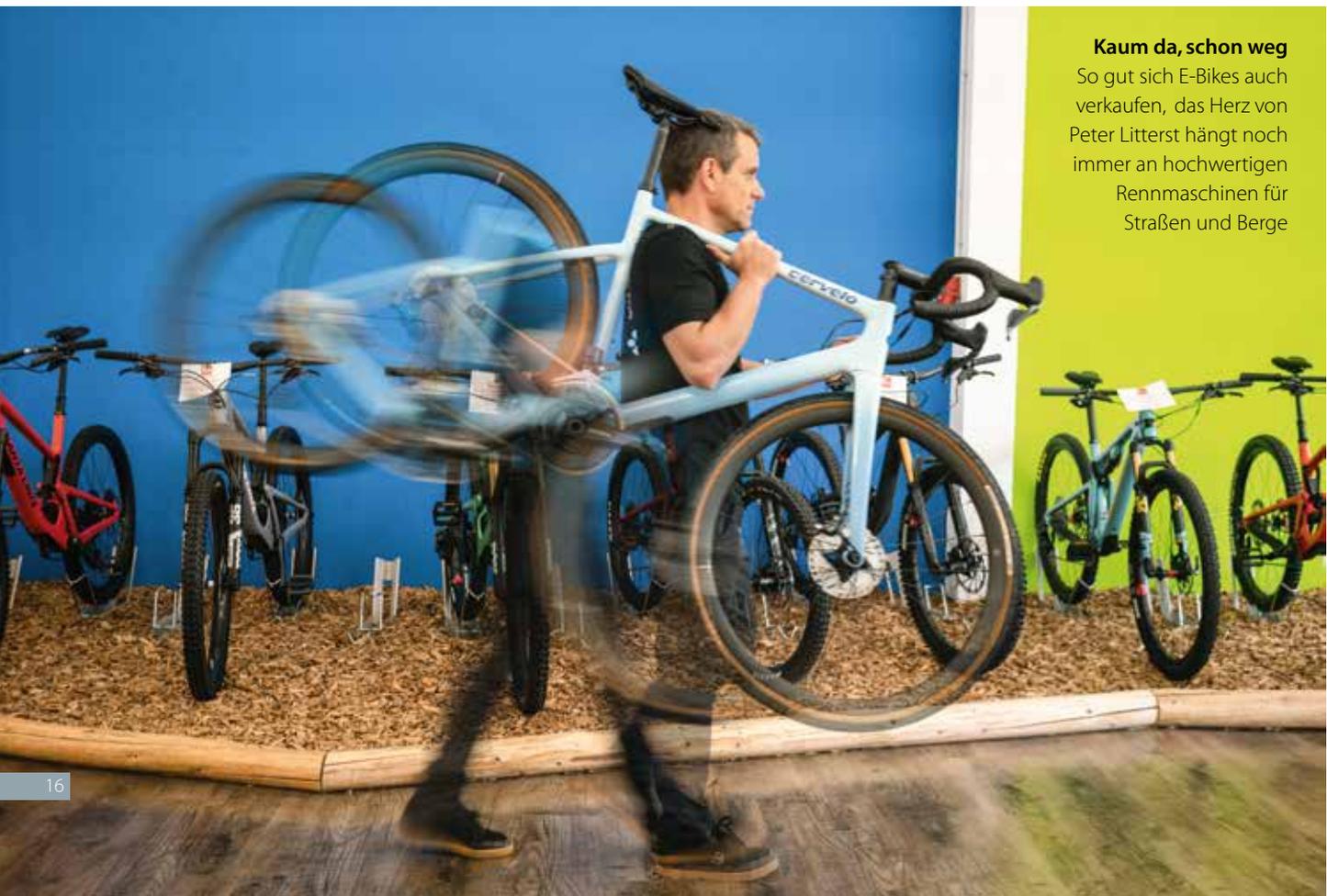
„Wir überweisen 1,2 Millionen Euro an Google. Jedes Jahr. Damit finanzieren wir aktuell rund 8000 Kampagnen.“

Klicks braucht es bei welcher Kampagne, bis ein weiteres Fahrrad verkauft ist? „Anfangs habe ich mich darum selbst gekümmert“, sagt Litterst. „Ich weiß noch: Ich saß daheim auf dem Sofa, hab die erste Kampagne mit ‚Fahrrad‘ eingerichtet, 200 Euro Budget eingegeben und mir in der Küche etwas zu trinken geholt. Als ich wieder kam, war das Geld weg. Buff!“ Verkauft hat diese erste Kampagne nichts. Aber sie hat bewiesen, wie viele Kunden da draußen nach E-Bikes suchen. Also blieb Litterst am Ball. Heute generiert das Team mit zwei SEM-Experten im Haus und einer hochspezialisierten SEM-Agentur aus Frankfurt den Großteil seiner Umsätze mithilfe von Google. „Im Gegenzug überweisen wir aktuell 1,2 Millionen Euro an Google“, sagt Peter Litterst. „Jedes Jahr.“

Eigentlich kann das jeder?

Angst vor Nachahmern und weiteren Trittbrettfahrern haben die Gengenbacher nicht. „Google Business kann jeder bedienen“, sagt Litterst. „Gleichzeitig aber ist das System inzwischen sehr komplex und es gibt so viele Wechselwirkungen zwischen Content und Preispolitik und Einkauf: Ich glaube, dass wir noch einige gute Jahre vor uns haben.“

Das übrigens ist nicht einfach nur dahingesagt. Sein Autohaus hat Peter Litterst Ende 2020 endgültig verkauft. Zwei Räder haben offenbar mehr Zukunft als vier... ■



Kaum da, schon weg

So gut sich E-Bikes auch verkaufen, das Herz von Peter Litterst hängt noch immer an hochwertigen Rennmaschinen für Straßen und Berge



GUTER RAT IST WERTVOLL

Wir sind stets für Sie da! Seit über 25 Jahren.
Wir beraten Unternehmer und Unternehmen.
Gerne. Mit Herzblut. Jederzeit. Virtuell –
am liebsten aber vor Ort und persönlich.

Die Kanzlei für den
Mittelstand.

KRAUSS-LAW

Dr. Stefan Krauss
Dr. Frank Wertheimer

ADRESSE

Kaiserstraße 84 T+49-7821-28899-90
D-77933 Lahr F+49-7821-28899-91

GRÜNER WOHNEN

Mit steuerlichen Erleichterungen will der Gesetzgeber die energetische Sanierung alten Wohnbestands vorantreiben. Dabei ist jedoch einiges zu beachten...

Ein Beitrag von Florian Künstle



Der Klimawandel ist in vollem Gange, die Politik reagiert auf vielfältige Weise darauf. In vielen Fällen sind durch die eingeleiteten oder vorgesehenen Maßnahmen finanzielle Mehrbelastungen zu erwarten. Im Gesetz zur Umsetzung des Klimaschutzprogramms gibt es durchaus auch Regelungen, die zu steuerlichen Entlastungen führen können. Zu einer solchen Entlastung zählt unter anderem die steuerliche Förderung von energetischen Sanierungsmaßnahmen an selbst genutzten Wohngebäuden nach dem § 35c des Einkommensteuergesetzes (EStG). Diese Regelung gilt seit dem 1. Januar 2020 und hat einen doppelten Entlastungscharakter: Einerseits ist für entsprechende Aufwendungen ein Abzug von der Steuerschuld möglich, andererseits kann durch die Maßnahmen selbst Energie eingespart werden. Ferner entsteht ein finanzieller Anreiz, energieeffiziente Sanierungsmaßnahmen durchzuführen. Flankierend wurde die Energetische Sanierungsmaßnahmen-Verordnung (ESanMV) erlassen.

Begünstigte Objekte

Begünstigte Sanierungsmaßnahmen an der Immobilie liegen dann vor, wenn es sich um ausschließlich selbst genutztes Wohneigentum handelt, es also eigenen Wohnzwecken dient. Sowohl Häuser als auch Eigentumswohnungen kommen als begünstigte Objekte infrage, aber auch selbstständig nutzbare Gebäudeteile. Objekte im Miteigentum sind ebenfalls förderfähig – hier kann der jeweilige Miteigentümer die Förderung dann anteilig in Anspruch nehmen. Unschädlich für die Förderung ist es, wenn Teile der selbst genutzten Immobilie anderen Personen unentgeltlich zu Wohnzwecken überlassen werden – dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um Familienmitglieder oder fremde Dritte handelt. Aber Achtung: Aus der Immobilie dürfen keine Einkünfte generiert werden. Wird ein Teil der Immobilie betrieblich genutzt, sind die Aufwendungen auf die Wohnzwecke und den betrieblichen Anteil aufzuteilen, die Aufwendungen für den betrieblichen Anteil sind nicht begünstigt.

Nicht begünstigt sind darüber hinaus auch die entsprechenden Teile der Immobilie, die vermietet werden. Die Nutzung eines Teils der Wohnung als häusliches Arbeitszimmer aber ist nach der Gesetzesbegründung unschädlich für die Gewährung der Förderung von energetischen Sanierungsmaßnahmen. Eine Nutzung zu eigenen Wohnzwecken dürfte immer dann anzunehmen sein, wenn der Steuerpflichtige, der die Förderung beansprucht, sich beim Einwohnermeldeamt an der entsprechenden Adresse registriert. Wie oft und in welchem Ausmaß die Wohnimmobilie dann tatsäch-



Das Klima sorgt auch beim Hausbau für einen Öko-Wandel. Der Wirtschaftsprüfer **Florian Künstle** weiß, wie sich die energetische Sanierung des Eigenheims steuerlich ansetzen lässt.

BEGÜNSTIGTE MASSNAHMEN

Der Steuerbonus kommt für Baumaßnahmen infrage, die nach dem 31.12.2019 begonnen haben und vor dem 01.01.2030 abgeschlossen sind.

Die begünstigungsfähigen Maßnahmen orientieren sich an den bestehenden Programmen der Gebäudeförderung im Rahmen der Bundesförderung für effiziente Gebäude (BEG). Grundsätzlich greifen die Begünstigungsregelungen nur dann, wenn für die Sanierungsmaßnahmen kein zinsverbilligtes Darlehen oder keine steuerfreien Zuschüsse nach den bisherigen Förderungen in Anspruch genommen wurden.

Die einzelnen förderungsfähigen energetischen Sanierungsmaßnahmen sind:

- Wärmedämmung von Wänden, Dachflächen und Geschossdecken,
- Erneuerung der Fenster oder Außentüren,
- Erneuerung oder Einbau einer Lüftungsanlage, Erneuerung der Heizungsanlage,
- Einbau von digitalen Systemen zur energetischen Betriebs- und Verbrauchsoptimierung,
- Optimierung bestehender Heizungsanlagen, sofern diese älter als zwei Jahre sind.

lich genutzt wird, ist unerheblich, solange eine Selbstnutzung tatsächlich stattfindet.

Eine permanente Selbstnutzung der Wohnung ist nicht erforderlich, begünstigt sind somit grundsätzlich auch Zweit- und Ferienwohnungen, wenn sie nicht in Zeiten der Abwesenheit untervermietet werden und auf diese Art Einkünfte aus Vermietung und Verpachtung generieren. Eine Wohnung am Beschäftigungsort ist dann eine insoweit förderfähige Zweitwohnung im Rahmen einer doppelten Haushaltsführung, wenn an dieser entsprechende Maßnahmen der energetischen Sanierung durchgeführt werden.

Gesetzlich ist für die Begünstigung eines Objekts ein Mindestalter von zehn Jahren vorgeschrieben. Aufwendungen im Zusammenhang mit Neubauten werden also nicht gefördert. Dieses Mindestalter >



Idyllisch

Ältere Häuser mit großzügigen Grundstücken und schönem Garten sind beliebt – aber in der Regel erheblich sanierungsbedürftig

- › der Immobilie muss bereits bei Beginn der energetischen Sanierungsmaßnahmen erreicht sein.

Die steuerliche Förderung energetischer Sanierungsmaßnahmen bei förderfähigen Objekten ist nicht auf Objekte im Inland beschränkt – auch Sanierungsmaßnahmen an entsprechenden Objekten, die in den 27 Mitgliedstaaten der EU und im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) liegen, sind förderfähig. Zum EWR gehören alle Staaten der EU sowie Island, Liechtenstein und Norwegen. Objekte in der Schweiz sind demnach nicht förderfähig. Großbritannien hat am 31. Januar 2020 die EU verlassen und ist somit kein Mitgliedstaat mehr.

Umfang der Förderung

Veranlagungszeitraum	abzugsfähig sind	Maximale Steuerermäßigung
Jahr des Abschlusses der Baumaßnahme	7 Prozent der Aufwendungen	14 000 EUR
1. Folgejahr	7 Prozent der Aufwendungen	14 000 EUR
2. Folgejahr	6 Prozent der Aufwendungen	12 000 EUR

Die Steuerermäßigung beträgt je Förderobjekt maximal 40 000 Euro, wobei für den Abzug eine zeitliche Staffelung vorgesehen ist.

Ausführung durch ein Fachunternehmen

Die Ausführung der energetischen Sanierungsmaßnahmen

muss durch ein Fachunternehmen erfolgen. Zentrale Voraussetzung ist, dass die jeweilige energetische Maßnahme zum Gewerk des ausführenden Unternehmens gehört. Bei Tätigkeiten, für die eine Zulassungspflicht besteht, muss das ausführende Unternehmen in die örtliche Handwerksrolle eingetragen sein. Je nach Sanierungsvorhaben ist es daher möglich, dass die Gewerke mehrerer Handwerksbetriebe betroffen sind.

Bescheinigung erforderlich

Die Steuerermäßigung kann nur in Anspruch genommen werden, wenn durch eine Bescheinigung des ausführenden Fachunternehmens nachgewiesen wird, dass die einzelnen Voraussetzungen der energetischen Maßnahmen dem Grunde und der Höhe nach erfüllt sind. Das Fachunternehmen muss die Bescheinigung nach einem amtlich vorgeschriebenen Muster erstellen. Insbesondere muss es bestätigen, dass die durchgeführten Maßnahmen die technischen Anforderungen der ESanMV erfüllen.

Anforderungen an Rechnungen

Die Förderung der Sanierungsmaßnahmen ist nur möglich, wenn die Rechnung des Fachunternehmens die folgenden Voraussetzungen erfüllt: Nennung der förderungsfähigen energetischen Maßnahme, Nennung der Arbeitsleistung des Fachunternehmens im Rahmen dieser Maßnahme, Angabe der Adresse des begünstigten Objekts sowie die Ausfertigung der Rechnung in deutscher Sprache. Die Zahlung der Rechnung muss außerdem per Banküberweisung auf ein Konto des Fachunternehmens erfolgen und durch einen entsprechenden Überweisungsbeleg nachgewiesen werden. ■



Gern berät Sie unser Kollege Thomas Markovsky von der DZ PRIVATBANK (Schweiz) AG zu swiss gold plus und weiteren Schweizer Investment- und Dienstleistungslösungen. Zur Kontaktaufnahme sprechen Sie bitte mit Ihrem Berater der Volksbank Lahr eG.



ERFOLG & VERANTWORTUNG

swiss gold plus – Stabilität für Ihr Depot

In Zeiten volatiler Aktienmärkte und negativer Zinsen ist das Bedürfnis nach Verlässlichkeit hoch. Das gilt auch, wenn Sie Ihre Abhängigkeit von der Eurozone reduzieren möchten. Unsere Antwort darauf ist swiss gold plus, das Substanzwertportfolio der DZ PRIVATBANK mit goldenem Kern. Die Vermögensverwaltung investiert zu etwa einem Drittel in Gold (physisch), zu etwa einem Drittel in Anleihen öffentlicher Schweizer Emittenten (Bund, Kantone und Gemeinden) und indirekte Anlagen

in Schweizer Immobilien sowie zu etwa einem Drittel in Schweizer Aktien. Bereits mit einer Anlage von 20 Prozent Ihres Vermögens sind Sie gut diversifiziert. Und das Beste daran: Ihr Vermögen wird tatsächlich in der Schweiz gebucht und verwaltet, Ihre persönliche Betreuung findet aber weiter vor Ort in der Volksbank Lahr eG statt. Das ist einmalig.

Mehr Informationen beim Private Banking-Team der Volksbank Lahr eG oder unter info@volksbank-lahr.de



DAS ENDE DES PAPIERKRIEGS

Das revisionssichere Handling geschäftlicher Dokumente ist Pflicht – und wird dank digitaler Lösungen immer einfacher. In Breisach ist jetzt eine Software entwickelt worden, die mehr kann als ablegen und wiederfinden ...

Ein Beitrag von Imke Rosebrock

Wo ist bloß...?“ Mit dieser Frage verbringen wir jeden Tag einen erheblichen Teil unserer Arbeitszeit. Selbst in kleineren Unternehmen ist die Dokumentenflut immens: Der Leasingvertrag vom Firmentransporter, der Scan der Immatrikulationsbescheinigung vom Werkstudenten, die vorvorletzte Fassung eines Angebots. Manches davon liegt fein säuberlich abgeheftet im Aktenschrank, anderes als digitales File in den Tiefen des Servers oder versteckt sich irgendwo als Mail-Anhang. „Man geht davon aus, dass ein Information Worker 45 Minuten am Tag mit Suchen beschäftigt ist“, sagt Harald Hensle, Geschäftsführer des Softwareentwicklers Netcontrol in Breisach. „Wenn wir jedem Mitarbeiter nur eine Viertelstunde am Tag ersparen könnten, ist das richtig viel Geld.“ Hensles Lösung: Starfinder. Das digitale Dokumentenmanagementsystem soll nicht nur Überblick in Dokumentenberge bringen und diese revisionssicher archivieren, sondern dokumentenbasierte Prozesse handhabbar machen, Workflows steuern, die Verfahrensdokumentation übernehmen und damit die Einhaltung von Compliance-Vorgaben vereinfachen. Mit anderen Worten: Es geht um die Automatisierung von Dokumenten, um digitale Workflows und effizientere Prozesse.

Das Office 4.0 kommt

Was Hensle entgegenkommt: Das Interesse des Mittelstands an digitalen Lösungen, die das Management eines Dokuments über seinen gesamten Lebenszyklus effizient und rechtssicher möglich machen, dürfte wachsen. Denn das Prinzip

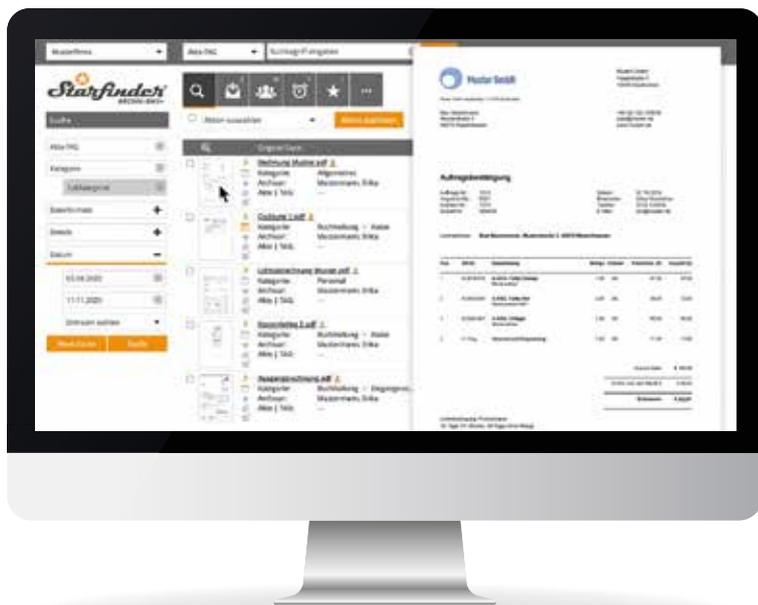
des sogenannten Enterprise Content Management, kurz ECM, wird heute auch jenseits der Großunternehmen nicht mehr als klassische Archivierung und Dokumentenverwaltung verstanden, so das Ergebnis einer aktuellen bitkom-Studie. Software, die früher vor allem im Finanz- und Rechnungswesen zum Einsatz gekommen ist, werde demnach zunehmend spezifischer genutzt, etwa im Qualitätsmanagement oder auch in der Kundenbetreuung.

Druck durch Rechtsvorschriften

Bei jedem Geschäftsvorgang fallen heutzutage mehrere E-Mails, digitale Notizen und Schriftstücke sowie klassische Schreiben auf Papier an. „Für kleine Unternehmen ist es schwierig, all diese Informationsfragmente derart zu dokumentieren, wie es für einen effizienten Geschäftsablauf sinnvoll und für die Einhaltung der gesetzlichen Pflichten nötig ist“, weiß Harald Hensle.

Die Aufbewahrungsfristen von geschäftlichen, teils steuerlich relevanten Unterlagen – das ist Basiswissen in jedem Office. „Mit der Einführung der GoBD im Jahr 2015 aber wurde das Thema der revisionssicheren Archivierung noch einmal richtig interessant“, sagt Hensle.

Er weiß: Die GoBD – also die „Grundsätze zur ordnungsgemäßen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff“ – ist eine Verwaltungsanweisung des Bundesfinanzministeriums, die es in sich hat. Denn die Anforderungen an eine rechtssichere Buchführung werden auf alle EDV-Systeme ausgedehnt. Während eine Rechnung auf Papier auch als Scan digital abgelegt werden darf, gilt das andersherum nicht. Also muss alles, was auf digitalem Wege



Keep it simple

Browserbasiert, minimalistisch und übersichtlich aufgebaut wie ein Onlineshop. Die Daten liegen in Microsoft-Rechenzentren in Deutschland – DSGVO-konform, denn die Weitergabe oder Lastverteilung ins Ausland wäre nicht zulässig. Wer will, kann seine Unternehmensdaten aber auch auf eigenen Servern speichern und selbst administrieren

- › reinkommt oder während eines Bearbeitungsprozesses anfällt, eben auch digital sowie nach den gesetzlichen Maßgaben der Verfahrensdokumentation archiviert werden. Die GoBD ist längst in Kraft. Doch noch immer hielten sich viele Unternehmen nicht an sie, sagt Hensle. „Durch die Einführung der Datenschutzverordnung, mit dessen Umsetzung die Unternehmen einen erheblichen Aufwand hatten und haben, sind die Bestimmungen der GoBD etwas in Vergessenheit geraten“, ist Hensles Erfahrung. Und er fügt an: „Man muss auch dazu sagen, dass es immer noch Steuerberater gibt, die nicht in diese Richtung beraten. Erst, wenn die ersten Prüfungen und Strafzahlungen kommen, merken manche, dass es nötig gewesen wäre, Daten besser zu verwalten.“

Richtig suchen

Bei Starfinder entfällt dank optischer Texterkennung (engl: optical character recognition, kurz OCR) die lästige Not, Dokumente zu verschlagworten. Jedes digital abgelegte Dokument wird daher nicht nur in seinem Original als PDF, Word- oder Excel-Datei gespeichert, sondern auch als ein durch OCR auslesbares Bild. OCR erkennt manchmal einzelne Wörter nicht korrekt. „Wenn man um dieses Nicht-Perfekt-Sein weiß und bei der Arbeit berücksichtigt, ist das zu handhaben.“ Das bedeutet? „Die Sucheingabe entscheidet darüber, ob der Output vernünftig ist“, erklärt Hensle. Soll heißen: Eine google-artige Suche „Müller, Vertrag, Aufhebung“ wird eher die passenden Files anzeigen als die Anfrage „Vertragsaufhebungsvereinbarung zwischen Verwaltungs-GmbH und Herrn Dr. Müller-Lüdenscheidt“.

Die Zugriffsrechte lassen sich für Mitarbeiter ebenso wie für Prüfer entsprechend zuweisen, sodass nur vorab definierte Dokumente und Zeiträume einsehbar sind. Workflow- und Reminder-Funktionen managen anfallende Pro-

zesse: von der Auftragsbearbeitung über den jährlichen Maschinen-Check bis hin zur Kreditorenbuchhaltung. „Ist die Rechnungsprüfung abgeschlossen, geht's über die DATEV- oder Addison-Schnittstelle rüber zum Steuerberater“, sagt Hensle, der mit seinen Programmierern laufend an der Weiterentwicklung des Tools arbeitet – denn der Markt ist umkämpft. Elo-Office, Archivista, und Paperoffice, Docbox und Docuware: Sie alle mischen mit. Hensle setzt daher nicht nur auf technische Alleinstellungsmerkmale, sondern auch auf günstige Preise durch ein cloudbasiertes Software-as-a-Service-Modell.

Vom Agentur-Chef zum Software-Entwickler

Die Software setzt auf Technologie von Microsoft auf, allein schon deshalb, um die Nutzung von Zertifikaten zu ermöglichen, die haftungsrechtlichen Fragen standhalten. „Ich sehe mich als Konzeptionierer von Lösungen“, sagt Harald Hensle, der früher eine eigene Marketingagentur gründete, um schließlich 1995 mit seiner Software-Firma ins digitale Informationsbusiness einzusteigen. Sein Motto: „Ein Produkt ist dann perfekt, wenn es nicht mehr reduziert werden kann“, sagt der 61-Jährige. „In diesem Sinne wollten wir mit Starfinder eine Lösung anbieten, die nicht so beratungsintensiv ist – reine Software-Entwickler dagegen denken oft so kompliziert, dass es sich hinterher bei der Wartung rächt.“

Entsprechend simpel ist die Implementierung der Software. Bestehende Explorer-Struktur und Tag-Varianten lassen sich ebenso einfach importieren wie komplette Outlook-Accounts. „Unsere Einweisungen dauern oft nicht länger als zehn Minuten“, sagt Harald Hensle. „Aber wenn sich später mal Detailfragen ergeben, stehen wir natürlich auch zur Verfügung.“

SCHÖNWETTER KANN JEDER.

WIR GEHEN MIT IHNEN GERN DURCH DICK UND DÜNN –
UND HELFEN IHNEN AUCH IN RAUER SEE.

Wir beraten unsere Mandanten mit Leidenschaft und Ausdauer. Das gilt auch in stürmischen Zeiten – aber das halten wir gern aus und begleiten Sie auf dem Weg. Denn würden Sie als Unternehmer es nicht genauso machen? Eben.

Erfahren Sie jetzt mehr über uns: www.reisch-kuenstle.de



DIE KLUGEN RECHNER AUS FURTWANGEN

An der Hochschule Furtwangen wird künstliche Intelligenz immer wichtiger – jetzt setzen die Forscher des Data Science Competence Centers auf Kooperationen mit Unternehmen aus der Region. Dafür muss man sich nur mal melden ...

Ein Beitrag von Prof. Dr. Monika Frey-Luxemburger, Prof. Dr. Thomas Marx, Prof. Dr. Peter Schanbacher, Prof. Dr. Ulf Schreier und Prof. Dr. Holger Ziekow (alle Hochschule Furtwangen)

Daten über Daten. Aus der Produktion, dem Vertrieb, der Personalabteilung. Sie schlummern auf den Servern und Festplatten von Mittelständlern, Kliniken und Versicherern. Künstliche Intelligenz (KI) kann helfen, aus dieser Datenflut einen Mehrwert für Unternehmen, Kunden oder Patienten zu generieren. Genau das ist das Thema des Data Science Competence Centers (DSCC) der Fakultät Wirtschaftsinformatik (WI) an der Hochschule Furtwangen, das interessierte Unternehmen jeder Größe bei diesen Vorhaben unterstützt.

Wer als Unternehmer über Massendaten verfügt und wissen will, welche Mehrwerte darin schlummern, bereits konkrete Vorstellungen zur Datenanalyse oder einfach mehr über die möglichen Einsatzgebiete von KI in der eigenen Branche erfahren will, ist vom DSCC herzlich eingeladen, einfach mal anzurufen und einen Termin zu vereinbaren. In einem zwei- bis dreistündigen Kick-off-Termin vor Ort werden schließlich mögliche Geschäftsfelder und Fragestellungen besprochen und Fallbeispiele mit Potenzial identifiziert – die im Rahmen von Thesis-Arbeiten (Bachelor oder Master) wissenschaftlich fundiert weiterbearbeitet werden – etwa um ein Proof-of-Concept zu erstellen.

Sollte mit einem Fallbeispiel absolutes Neuland betreten werden, besteht die Option, ein gemeinsames Forschungsprojekt von Hochschule und Unternehmen zu definieren, um Fördermittel auf Landes-, Bundes- oder europäischer Ebene zu beantragen. Bis dahin aber ist alles kostenlos, da die Durchführung von KI-Studien zum Forschungsauftrag des DSCC gehört. Sind die Studien erfolgreich abgeschlossen und veröffentlicht, ist der Forschungsauftrag des DSCC erfüllt. Gehen konkrete Projektwünsche aus den Studien hervor, begibt sich das Unternehmen in den üblichen Projektmodus, der nichts mehr mit dem Forschungsauftrag des DSCC zu tun hat. Projektteam aufsetzen, Soft- und Hardware beschaffen, externe Dienstleister zu Rate ziehen, Daten bereinigen und Methoden testen: Auch in dieser Phase der Umsetzung aber kann das DSCC unterstützen.

Die Nachfrage steigt

Es ist zu registrieren, dass seit 2015 das Thema Künstliche Intelligenz bei vielen Unternehmen angekommen ist. Dank besserer Verfügbarkeit von KI-Tools wird sich dieser Trend nicht verlangsamen, sondern weiter beschleunigen. Das Ziel des DSCC ist es daher, eng mit Unternehmen >



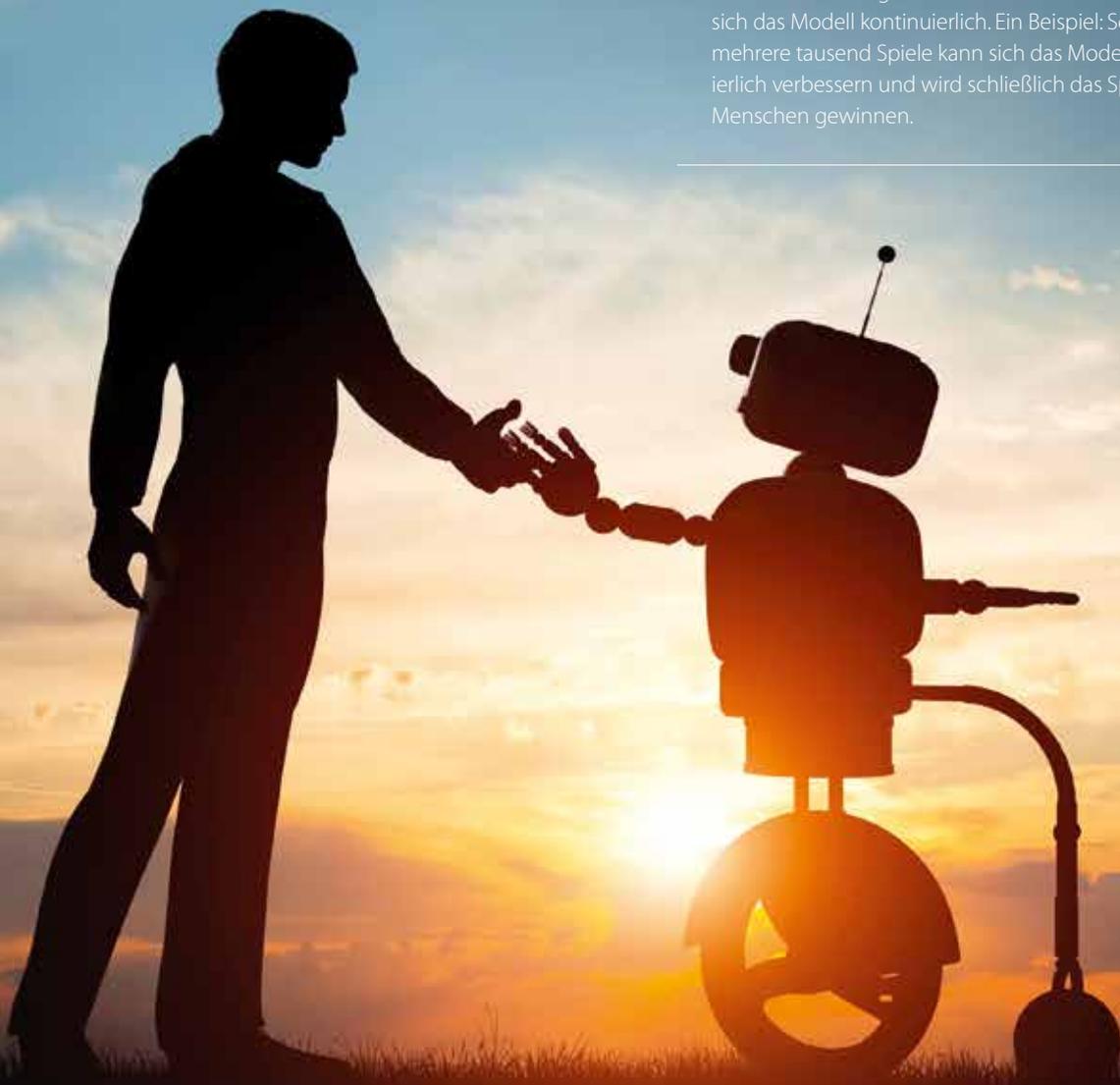
WIE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ WIRKLICH FUNKTIONIERT

Unter KI werden nicht nur eine bestimmte Methode, sondern unterschiedliche Varianten verstanden.

Bei überwachtem Lernen lernt das Modell Zusammenhänge auf Basis vorgegebener Daten zu erkennen. Ein Beispiel ist die Vorhersage von Kundenstornos. Liefert man dem Modell genügend Kundeninformationen, so lernt das Modell, welche Kunden in der Vergangenheit storniert haben und kann Vorhersagen zu zukünftigen Kundenstornos treffen.

Bei unüberwachtem Lernen wird keine konkrete Zielvariable genannt. Das Modell versucht Muster in Daten zu erkennen und kann dazu verwendet werden, unterschiedliche Kundengruppen (Teilmenge) zu finden. Dies hilft den Unternehmen bei der Vermarktung.

Beim verstärkenden Lernen wird das Modell wie bei der Ausbildung eines Hundes erzogen. Gutes Verhalten wird belohnt – negatives bestraft. Dadurch verbessert sich das Modell kontinuierlich. Ein Beispiel: Schach. Über mehrere tausend Spiele kann sich das Modell kontinuierlich verbessern und wird schließlich das Spiel gegen Menschen gewinnen.





- › zusammen zu arbeiten, die sich zunehmend der Herausforderung stellen, Entscheidungen datenbasiert zu treffen. Das wiederum geschieht unter der Annahme, dass in den im Unternehmen vorhandenen Datenbeständen mehr wertvolle Informationen verborgen sind als bisher wahrgenommen, geschweige denn genutzt werden. Während in den Unternehmen selbst das Domänenwissen liegt, wie Anforderungen spezifiziert und Erfahrungswissen genutzt werden können, bedarf es darüber hinaus einer geeigneten IT-Plattform. Das DSCC steuert das notwendige Know-how bei, wie mithilfe von Data-Science-Methoden und Werkzeugen Mehrwerte aus den Daten geschaffen werden können.

Fallbeispiele definieren: die Kooperation mit Baden IT

Wie man sich das in der Praxis vorstellen kann, zeigt die Kooperation des DSCC mit dem Freiburger IT-Dienstleister

Baden IT, eine Tochtergesellschaft des Energieversorgers Badenova. Gemeinsam hat man 2019 eine Kooperation gestartet, um in einer gemeinsamen Studie Potenziale für Technologien zur fortgeschrittenen Datenanalyse für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) zu identifizieren.

Die für die Studie definierte Zusammenarbeit sieht vor, dass zunächst in Workshops Potenziale für eine KI-basierte Datenanalyse identifiziert und zusammengetragen werden. Ziel des Workshops ist es zum einen, das nötige Grundlagenwissen zu vermitteln, um Ideen für Fallbeispiele entwickeln zu können. Zum anderen sollen Fallbeispiele mit Potenzial identifiziert sowie priorisiert, unrealistische Ideen dagegen aussortiert werden.

Das DSCC qualifiziert im Anschluss an den Workshop die Fallbeispiele im Hinblick auf Nutzen und Realisierbarkeit. Darauf aufbauend können diese im Rahmen von Thesis-Arbeiten (Bachelor oder Master) weiterbearbeitet werden.

Moderne Fertigungsverfahren können durch den Einsatz künstlicher Intelligenz noch effizienter werden. Forscher der Hochschule Furtwangen setzen hierfür auf Kooperationen mit regionalen Unternehmen

Zudem besteht die Möglichkeit für Unternehmen, ein Pilotprojekt (zum Beispiel über ein Steinbeis-Transferzentrum) zu beauftragen. Sollte damit Neuland betreten werden, besteht die Option, ein gemeinsames Forschungsprojekt zu definieren, um öffentliche Fördermittel zu beantragen.

KI-Technologie im Kampf gegen Krankheiten

Wesentlich konkreter ist die Zusammenarbeit des DSCC mit der Iomedico AG, einem klinischen Forschungsinstitut mit Sitz in Freiburg, spezialisiert auf die Fachgebiete Onkologie und Hämatologie. Gemeinsam mit Iomedico hat das DSCC eine Untersuchung gestartet, in der mögliche Anwendungen von KI in der Krebsforschung analysiert werden. Dabei sollen KI-Modelle genutzt werden, um Behandlungshistorien von Krebspatienten auszuwerten. Konkret sollen mithilfe der KI eine individualisierte Vorhersage für den Behandlungserfolg umgesetzt und Einflussfaktoren auf den Behandlungserfolg bestimmt werden. In der Untersuchung planen wir insbesondere Technologien des explainable AI (xAI) zu verwenden. Mit xAI wird dem Problem begegnet, dass komplexe KI-Modelle zwar gute Vorhersagen machen können – die Basis für die Vorhersage für Menschen jedoch nicht mehr nachvollziehbar ist.

Ausschuss proaktiv vermeiden

Auch mit der Sick AG aus Waldkirch arbeitet das DSCC zusammen. Hier geht es um proaktive Fehlervermeidung in der Produktion durch maschinelles Lernen. Gemeinsam erforscht man, wie mit maschinellem Lernen Produktionsfehler reduziert werden können. In dem für drei Jahre angesetzten Projekt nutzen die Forscher vom DSCC und die Spezialisten des weltweit tätigen Sensor-Herstellers KI-Technologie, um Messungen aus Qualitätstests zu analysieren. Die erstellten KI-Modelle sind in der Lage, Fehlerwahrscheinlichkeiten für einzelne Produkte vorherzusagen. So wird es möglich, Ausschuss proaktiv zu vermeiden und Fehlerursachen zu identifizieren. KI-Modelle auf den Produktionskontext zuzuschneiden ist jedoch mit hohem manuellem Aufwand verbunden und erfordert sowohl Fachwissen über KI als auch zu den Produktionsprozessen.

Genau an dieser Stelle setzt die Kooperation an. Es soll der Automatisierungsgrad für den Einsatz in der Produktion erhöht und somit operativ praktikabel gemacht werden. Dabei setzt man auf die Kombination von Wissensmodellen, AutoML und Big Data. ■

WARUM KI IMMER WICHTIGER WIRD

Die Nutzung künstlicher Intelligenz ist für die Wissenschaft schon seit Jahrzehnten ein Ziel, bisher aber hinkte man aufgrund technischer Beschränkungen fast chronisch den eigenen Ideen hinterher. Diese Begrenzungen wurden in den vergangenen zehn Jahren jedoch mehr und mehr abgebaut – und das führe jetzt zum Durchbruch der neuen Technologie, erklären die Forscher des DSCC an der Hochschule Furtwangen.

Daten: Mehr Daten führen bei fast jeder statistischen Methode zu besseren Ergebnissen. Dies gilt insbesondere für komplexe neuronale Netzwerke mit Tausenden oder gar Millionen von Parametern, welche es zu trainieren gilt.

Algorithmen: Bei der Optimierung der KI-Modelle tauchten zahlreiche Probleme auf. So konnte beispielsweise die Signalstärke in einem tiefen neuronalen Netzwerk stark variieren und eine sinnvolle Anpassung der Parameter erschweren. Diese Probleme wurden erst schrittweise behoben.

Computerleistung: KI-Modelle benötigen eine starke Rechenleistung. Während komplexere KI-Modelle in den vergangenen Jahrzehnten aufgrund fehlender Rechenkapazität schlichtweg nicht erstellt werden konnten, sind diese Modelle heute in Sekundenschnelle in der Cloud kalibriert.

Neue Anwendungsfelder: Je mehr sich KI in verschiedenen Anwendungsfeldern (zum Beispiel bei der Erkennung von Tumoren auf MRTs) durchsetzt, desto mehr ist die jeweilige Industrie (wie etwa die Medizintechnik) bereit, in die KI zu investieren. Dies führt meist zu weiteren erfolgreichen KI-Anwendungen. Ein positiver Kreislauf zugunsten der KI-Modelle setzt ein.

Quelle: Fakultät Wirtschaftsinformatik, Hochschule Furtwangen



DAS RECHT IN ZEITEN DER PANDEMIE

Seit bald anderthalb Jahren beherrscht die Corona-Pandemie das öffentliche wie private Leben. Auch die anwaltliche Praxis wurde von Covid-19 infiziert, die Fragen und Probleme ziehen sich durch verschiedenste Rechtsgebiete

Ein Beitrag von Dr. Frank Wertheimer

Abeitsrechtler, die auf Arbeitgeberseite beraten, sahen sich gerade in der ersten Welle im März/April 2020 mit Fragen von Unternehmern konfrontiert, die geprägt waren durch eine entsprechende Unsicherheit im Umgang mit den Virusfolgen.

Nur ein kleiner Ausschnitt: Fällt der infektions- und quarantänebedingte Ausfall von Arbeitnehmern unter das Entgeltfortzahlungsgesetz? Muss der Arbeitnehmer eine Covid-Infektion gegenüber dem Arbeitgeber offenlegen und dürfen Arbeitnehmer auch gegen ihren Willen aus Gründen des Infektionsschutzes nach Hause geschickt werden? Oder: Wer hat Anspruch auf Homeoffice – und wen kann der Arbeitgeber auf ein Arbeiten im Homeoffice verpflichten? Darf ein Arbeitnehmer zu Hause bleiben, wenn gegenüber seinem Kind Quarantäne verordnet wurde? Neben konkreten rechtlichen Fragen, die mit dem allgemeinen arbeitsrechtlichen Instrumentarium zu lösen waren, spielte ersichtlich auch eine Rolle, wie Arbeitgeber die Balance in Betrieb und Unternehmen halten konnten, weshalb kreative Absprachen, etwa zur Urlaubsgewährung oder zur Abgeltung von Mehrarbeitsstunden, gefordert waren.

Abfindungen und Vergütungen

Da die Pandemie rasch wirtschaftliche Folgen nach sich zog, erweiterte sich die Beratungspalette entsprechend: Unterstützung bei der Einführung von Kurzarbeit, die Prüfung betriebsbedingter Kündigungen bis zu Betriebs-

änderungen, die Sozialpläne oder einen Interessenausgleich nach sich zogen. Gerade bei deutschen Unternehmen, die zu international tätigen Konzernen gehörten, war ein Trend zu sehen, sich von teuren Angestellten zu trennen, was zum Teil aufwendige Vergleichsverhandlungen nach sich zog. Arbeitsrechtliche Anfragen gab es von in Krankenhäusern tätigen Chefarzten. Gerade in der ersten Welle, aber auch in der jetzigen dritten Welle, fuhren viele Kliniken ihren Normalbetrieb herunter, um Kapazitäten für Intensivbehandlungen zu schaffen. Das führte unter anderem zu einem Rückgang von Operationen und sonstigen Eingriffen. Da Chefarztverträge neben einer Grundvergütung in der Regel eine sogenannte Beteiligungsvergütung für die Behandlung von Privatpatienten vorsehen, wirkte sich der Leistungsrückgang auch in einer Minderung dieser variablen Vergütung aus. Das warf natürlich weitergehende Fragen auf.

Covid-19 spülte ferner diverse Konfliktfälle in die Kanzlei: Einerseits Streitigkeiten zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer, wenn letztere sich beispielsweise weigerten, bei bestimmten Tätigkeiten die vorgeschriebene Schutzmaske zu tragen – es ging dann um Abmahnungen und/oder verhaltensbedingte Kündigungen. Auch Fälle, in denen Arbeitgeber besondere Belastungen ihrer Beschäftigten mit einer Corona-Prämie belohnen wollten, führten zu Streitfragen: Angefangen von der eher einfachen Thematik, bis zu welchem Betrag eine solche Prämie steuerfrei gewährt werden kann, ging es um ganz individuelle Prämien- ➤



Rechtsanwalt **Dr. Frank Wertheimer** von KRAUSS-LAW berät Unternehmen, Kliniken, Geschäftsführer, Chefarzte und leitende Angestellte. Durch Corona stellten sich seinen Klienten besondere rechtliche Fragen – die zum Teil noch immer bei den Gerichten anhängig sind.

Autoreninfo

Die Gastronomie ist von der Corona-Krise besonders stark betroffen. Die Verhandlungen über zustehende Versicherungsleistungen für Betriebsunterbrechungen dauern teils noch an

Im medizinischen Umfeld führte die Pandemie zu vielen strittigen Fragestellungen: Sind Zulagen zu zahlen, wenn Masken getragen werden müssen? Wer haftet, wenn Masken nicht die erforderliche Filterfunktion erreichen? Und muss man den Betriebsrat beteiligen, um eine Corona-Prämie zu zahlen?

- › berechtigungen von Krankenhausmitarbeitern, für die der Gesetzgeber entsprechende Bestimmungen im Krankenhaus-zukunftsgesetz geschaffen hatte. Corona führte aber auch auf kollektiver Ebene zu Streitfällen: In welchem Umfang steht dem Betriebsrat ein Mitbestimmungsrecht bei Gewährung einer Corona-Prämie für die Belegschaft zu? Und wie ist der Fall zu lösen, wenn der Arbeitgeber eine solche Prämie schon ausgeschüttet hat, ohne den Betriebsrat vorher zu beteiligen? In diesem Zusammenhang waren Strategien zur Vermeidung teurer Einigungsstellenverfahren gefragt.

Rechtsprobleme durch die Maskenpflicht

Rechtsprobleme unterschiedlicher Art löste auch die eingeführte Maskenpflicht aus, zwei Beispiele hierzu: In einem Krankenhaus wurde nach einiger Zeit festgestellt, dass von einem deutschen Unternehmen aus China eingeführte FFP2-Masken die erforderliche Filterfunktion nicht ausreichend erfüllten. Auf einer Intensivstation hatten sich mehrere Pflegekräfte mit Corona infiziert. Es ging einerseits um die Klärung einer Nachlieferungspflicht des Verkäufers, ferner um die Frage, ob gegen den Lieferanten Schadensersatzansprüche wegen der vorhandenen Mängel geltend gemacht werden können, etwa in Höhe des Ersatzes der Entgeltfortzahlungskosten der erkrankten Pflegemitarbeiter. Die Maskenthematik wirkte sich ferner in tariflichen Fragen aus: So war in einem Tarifvertrag für das Tragen von Atemschutzmasken eine Erschwerniszulage zugunsten der Arbeitnehmer geregelt. Es galt zu differenzieren, ob diese Zulage bereits durch das Tragen des zu Beginn der Pandemie einfachen – oft selbst genähten – Mundschutzes zu bezahlen war oder erst bei Nutzung der später vorhandenen FFP2-Masken.

Unsicherheit bei Gastronomen

Beratungsbedarf löste ferner die Schließung gastronomischer Betriebe aus, insbesondere ging es hierbei um versicherungsrechtliche Fragestellungen. Konkret: Hat ein Gastronom oder Hotelier Ansprüche aus einer Betriebsunterbrechungsversicherung für die im Vertrag geregelte sogenannte Haftzeit? Die Antwort hängt natürlich von den konkreten Versicherungsbedingungen ab, in vielen Fällen lag es so, dass die Versicherung für Ausfälle eintreten sollte, die aufgrund behördlicher Betriebsschließung auf Grundlage des Infektionsschutzgesetzes erfolgten. Die Versicherer nahmen hierbei



OHNE REISELEISTUNG KEINE VERGÜTUNG – UND DOCH BRAUCHTE ES DEN ANWALT, UM GELD ZURÜCKZUBEKOMMEN

DR. FRANK WERTHEIMER ÜBER SEINE
ERFAHRUNGEN MIT DER REISEBRANCHE

den Standpunkt ein, es fehle bereits an einer behördlichen Schließung, weil diese über die jeweiligen Corona-Infektionsschutzverordnungen der Länder angeordnet seien, zudem sei zum Zeitpunkt des Ausbruchs der Pandemie Covid-19 noch nicht als Krankheit im Katalog des Infektionsschutzgesetzes aufgenommen gewesen.

Der überwiegende Teil der hierzu bislang ergangenen Urteile – eine höchstrichterliche Entscheidung steht noch aus – gab den Versicherern recht, weshalb sich die betroffenen Gastronomiebetriebe zumeist mit Vergleichen auf deutlich abgesenktem Niveau zufrieden geben mussten, bei denen



sich aber immerhin die Übernahme der ihnen entstandenen Anwaltskosten verhandeln ließ.

Die Corona-Pandemie wirkt sich auch bei eher gewöhnlichen zivilrechtlichen Fragestellungen aus, die aber zu erheblichen Problemen bei Lieferketten führen. Etwa berief sich ein Rohstofflieferant, der pandemiebedingt von seinem Verkäufer nicht rechtzeitig beliefert werden konnte, auf einen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen geregelten Selbstbelieferungsvorbehalt und machte zusätzlich ein Leistungshindernis infolge höherer Gewalt geltend. Derartige Fälle ließen sich aber mit den üblichen zivilrechtlichen Instrumentarien lösen.

Einfluss Europarecht auf nationales Recht

Streitbehaftet sind ferner Ablehnungen sogenannter Corona-Überbrückungshilfen, wobei die Problemkonstellationen höchst unterschiedlich sind: Anspruchsberechtigung, Höhe der Überbrückungshilfe und so weiter. Es gab zudem europarechtlich geprägte Fragestellungen, wie etwa bei der Vertretung einer Klinikgruppe, bei der es darum geht, ob die einzelnen Klinikbetriebe sogenannte verbundene Unternehmen im Sinne der Definition der EU-Kommission für kleine und mittelständische Unternehmen sind. Insbesondere steht hier die Frage im Vordergrund, inwieweit sich die europarechtliche Definition auf die Richtlinien für die Gewährung von Überbrückungshilfe des Bundes für solche Unternehmen auswirkt.

Eine ganze Reihe von Auseinandersetzungen betraf bislang auch das Reiserecht: pandemiebedingt ausgefallene Flüge

oder Pauschalreisen, bei denen die Kunden von Reiseunternehmen aufgrund der gestrichenen Flüge die weiteren Leistungen des Pauschalreisepaketes, etwa Hotelübernachtungen, Zugfahrten oder die Nutzung eines Wohnmobils nicht in Anspruch nehmen konnten. Die Erfahrung zeigte, dass Reiseveranstalter, solange ihre Kunden nicht anwaltlich vertreten waren, diese mit Gutscheingeboten von der Rückerstattung des Reisepreises abhalten wollten und diese langwierige Vertröstungen hinnehmen mussten. Trotz eindeutiger Rechtslage (ohne Reiseleistung keine Vergütung) half in Einzelfällen oft erst eine eingereichte Klage, um den Reiseveranstalter dazu zu bewegen, den Reisepreis zurückzuzahlen. Letztlich hing dies mit erheblichen Liquiditätsproblemen zusammen, denen sich Reiseveranstalter durch die Pandemiesituation ausgesetzt sahen.

Beratungen bezogen sich aber nicht ausschließlich auf Konfliktfälle, sondern auch auf den Bereich der Rechtsgestaltung. So entwickelte etwa eine Stiftung ein Angebot für ein Pandemie-Zertifikat für Krankenhäuser, mit dem diese sich in vergleichbaren Situationen für die Zukunft mit geregelten Abläufen aufstellen können, um den Gesundheitsschutz der Patienten zu gewährleisten. Hier waren Vertragsangebote und Kooperationsverträge zu entwickeln.

Auch wenn hier nur ein kleiner Ausschnitt an Rechtsproblemen dargestellt werden kann, lässt sich erahnen, in welcher vielfältigen Weise Corona den Rechtsbereich infiziert hat. ■

IRRTÜMER IM ARBEITSRECHT

Wir sind im Jahr zwei der Pandemie, haben vielfach Homeoffice-Erfahrungen und müssen leider befürchten, dass der eine oder andere Job verloren gehen wird. Unser Experte weist auf populäre Irrtümer in diesem Zusammenhang hin

Zusammengestellt von Dr. Stefan Krauss

1 IM HOMEOFFICE KANN ICH PRIVAT IM INTERNET SURFEN, SO VIEL ICH WILL!

Sicher nicht ohne Weiteres: Während der Arbeitszeit hat der Arbeitnehmer seine Arbeit zu leisten. Dabei kommt es nicht darauf an, ob zu Hause im Homeoffice oder im Büro der Computer genutzt wird und auch nicht darauf, ob es sich um den Laptop des Arbeitgebers oder das Tablet des Arbeitnehmers handelt. Nur in den Pausen oder außerhalb der Arbeitszeit ist das private Surfen erlaubt, es sei denn, der Arbeitgeber hat es auch während der Arbeitszeit ausdrücklich gestattet.

2 WENN ICH LÄNGER ARBEITE, ALS ES IN MEINEM ARBEITSVERTRAG STEHT, BEKOMME ICH EINEN ÜBERSTUNDEN-ZUSCHLAG!

Nicht unbedingt: Das ist nur der Fall, wenn das so im Arbeitsvertrag vereinbart oder in einem Tarifvertrag geregelt ist. Das Arbeitszeitgesetz sieht keine Zuschläge für Mehrarbeit oder Überstunden vor. Und Überstunden sind nur dann zu bezahlen, wenn der Arbeitgeber sie anordnet oder wissentlich duldet, der Arbeitnehmer darf sie nicht selbst generieren.

3 EIN MINIJOB IST GAR KEIN RICHTIGER JOB, DA GIBT ES WEDER URLAUB NOCH ENTGELTFORTZAHLUNG

Nein, das stimmt nicht: Die Besonderheit eines Minijobs ist, dass Sozialversicherungsbeiträge und Steuern pauschaliert berechnet und meistens vom Arbeitgeber alleine getragen werden. Alles andere ist aber genauso, wie bei einem „normalen“ Arbeitsverhältnis. Deshalb hat auch der Minijobber einen gesetzlichen Anspruch auf vier Wochen Urlaub und auf Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall.

4 OHNE VORHERIGE ABMAHNUNG DARF MAN NICHT GEKÜNDIGT WERDEN

Das ist nicht immer richtig: Nur dann, wenn das Kündigungsschutzgesetz greift, sollte vor einer verhaltensbedingten Kündigung abgemahnt werden. Der Arbeitgeber muss dazu mehr als zehn Arbeitnehmer beschäftigen und der Arbeitnehmer muss schon länger als sechs Monate dort arbeiten. Nur dann gilt der Kündigungsschutz. In dem Fall, wenn die Vertragsverletzung des Arbeitnehmers besonders schwer war, braucht es keine vorherige Abmahnung, bevor gekündigt werden darf.



5 UND OHNE BEGRÜNDUNG GILT DIE KÜNDIGUNG SOWIESO NICHT!

Nein, dem ist nicht so: Das stimmt so nur bei der Kündigung von Ausbildungsverhältnissen. Hier muss der Ausbilder mit der Kündigung mitteilen, warum er kündigt. Bei der Kündigung von Arbeitsverhältnissen muss kein Grund angegeben werden.

6 DER CHEF KANN DIE KÜNDIGUNG JA WIEDER ZURÜCKNEHMEN

Möglicherweise: Denn das geht nur mit dem Einverständnis des Arbeitnehmers. Er muss sich mit dem Arbeitgeber darüber einigen, dass die Kündigung gegenstandslos ist. Ansonsten gilt: Ist die Kugel aus dem Lauf, kann sie nicht mehr aufgehalten werden.

7 BETRIEBSRÄTE KÖNNEN GAR NICHT GEKÜNDIGT WERDEN

Jein: Die Kündigung eines Betriebsrats ist nur unter ganz bestimmten Voraussetzungen erlaubt. Damit soll vermieden werden, dass kritische Betriebsräte wegen ihrer Amtsausübung gekündigt werden. Das Betriebsratsamt ist aber kein Freibrief für grenzenloses Fehlverhalten, etwa dann, wenn Arbeitskollegen bedroht oder beleidigt werden.

8 WER EINEN AUFHEBUNGSVERTRAG UNTERSCHREIBT, BEKOMMT KEIN ARBEITSLÖSUNGSGELD

Es kommt darauf an: Das ist nur dann richtig, wenn es für die Unterschrift unter den Aufhebungsvertrag keinen Grund gegeben hat – wird durch den Aufhebungsvertrag eine betriebsbedingte Kündigung vermieden und wird die Kündigungsfrist beachtet, hat der Arbeitnehmer in aller Regel Anspruch auf Arbeitslosengeld.

9 EIN ARBEITSGEUGNIS MUSS IMMER EINE „GUTE“ NOTE HABEN!

Nicht zwingend: Ein Arbeitszeugnis muss wohlwollend formuliert sein und es muss der Wahrheit entsprechen. Deshalb kann der Arbeitnehmer nur dann eine „gute“ Note verlangen, wenn seine Leistung und sein Verhalten auch wirklich „gut“ waren. Anspruch hat der Arbeitnehmer andernfalls nur auf eine durchschnittliche Bewertung, also auf die Note „befriedigend“. Aufgepasst: Ein allzu „tolles“ Zeugnis macht jeden künftigen Arbeitgeber misstrauisch.



Foto: Michael Bode

Der Lehrer Wirtschaftsjurist und Fachanwalt für Arbeitsrecht **Dr. Stefan Krauss** von KRAUSS LAW berät seine Mandanten zu den komplexen Fragen im Verhältnis von Arbeitgebern und Angestellten.

WIE EIN TURBO FÜR DIE JUNGEN WILDEN

Der Black Forest Accelerator der Gründerinitiative startUp.connect geht in eine neue Runde. In diesem Jahr liegt der Fokus auf nachhaltigem Tourismus. 14 frische Ideen sind am Start

Ein Beitrag von Patrick Czelinski

Es geht wieder los! Auch in diesem Frühjahr und Sommer werden junge Gründer und Gründungsinteressierte das Programm Black Forest Accelerator der Ortenauer Wirtschaftsinitiative startUp.connect durchlaufen. Sechs Monate lang werden sie dabei von einem Mentoren-Team intensiv unterstützt und betreut. Am Ende des „Beschleunigers“ sollen marktreife Produkte entstehen, um die Tourismuswirtschaft nachhaltiger und digitaler zu machen und der Start-up-Szene in der Region einen weiteren Schub zu verleihen.

„Die Idee ist auch dieses Mal, Existenzgründungen zu begleiten und mit unserem Know-how aufzubauen“, erklärt Florian Appel, Leiter von startUp.connect. Dabei wird die Ausgabe 2021 die erste sein, die unter einem speziellen Motto steht, nämlich nachhaltigem Tourismus. „Wir sehen in dem Bereich die Notwendigkeit eines Innovationsschubs in der Region und haben gleichzeitig ein gigantisches Netzwerk“. Die idealen Voraussetzungen also. So kann den Start-ups jetzt schon garantiert werden, dass ihre Prototypen zumindest gut platziert werden können, beispielsweise über die Schwarzwald Tourismus GmbH, die auch am Black Forest



Accelerator mitwirkt. Die 14 angehenden Jungunternehmer haben jetzt ein halbes Jahr Zeit, in Workshops und Seminaren – gemeinsam mit Experten – ihre Ideen zu entwickeln, auszubauen und zu perfektionieren. Im besten Fall steht am Ende des Programms eine erfolgreiche Gründung.

Matchmaking, Erlebnis-Boxen und ein Surfpark

Die Ideen, mit denen die Teilnehmer an den Start gehen, sind auch in der vierten Ausgabe des Accelerators vielfältig. Im Feld sind mehrere Apps, zum Beispiel *Wadup*, ein Reise-Tool für Millennials auf Backpacking-Tour. Oder *Up to 5*, eine Plattform fürs Kennenlernen in Fünfergruppen, und *Siptogether*, ein Programm zum Travel Matching, mit dem man Reisepartner aufreiben und Erlebnisvorschläge anfordern kann.

Damit folgen viele der Geschäftsideen einer globalen Entwicklung. Denn Programme zum Matchmaking, also zum Finden von Freunden, Sport-, Spiel- oder Reisebegleitern, seien gerade schwer im Kommen, weiß Mona Faisst, die das Accelerator-Programm managt. „Auch der Trend, Reisen individuell und digital zu planen, schlägt sich im Teilnehmerfeld mit einer Reiseplanungsplattform nieder und ist ein besonders zukunftsfähiger Bereich“, so Faisst weiter. „Die vielleicht verrückteste Idee dieses Jahr hat das Projekt *Surffield* mit dem Bau eines Surfparks“, erklärt Appel. Doch nicht nur das: Ein präventives Trainingsprogramm zum Aufbau von Resilienz hofft ebenso auf eine erfolgreiche Gründung mithilfe von startUp.connect wie eine Sport- und Eventagentur, ein Anbieter von Fototouren durch den Schwarzwald, ein Programm für temporär verfügbare Outdoor-Erlebnisse sowie die Macher regionaler Erlebnisboxen, nachhaltiger Radtouren und mentaler Grenzerfahrungen in der Natur. „Einer der Gründer entwickelt Bildsensoren, die erkennen, wer beispielsweise vor einem Schaufenster steht, um über einen Screen zielgruppengerechte Werbung auszustrahlen“, erklärt Mona Faisst.

Der Auswahlprozess lief fast ausschließlich über die sozialen Netzwerke und war begrenzt auf die Region, also auf Ideen, die zwischen Karlsruhe und Freiburg beziehungsweise der deutsch-französischen Grenze und dem Hochschwarzwald umgesetzt werden sollen. „Einem Bewerber aus Hamburg mussten wir absagen, weil wir den Schwerpunkt ganz klar

auf unsere Gegend legen möchten“, so Appel. „Wir sind ja kein Investor, sondern wollen, dass die Unternehmen hier in der Region gegründet werden, am besten in der Ortenau.“

Die 14 Projekte sind aus insgesamt 30 Bewerbern hervorgegangen. Nach einer Vorauswahl fanden an zwei Tagen Jury-Pitches vor Ort statt, ehe das finale Teilnehmerfeld schließlich stand. Essenz des von der IHK Südlicher Oberrhein unterstützten Accelerators sei es, Jungunternehmern

die Chance zu geben, sich ein Netzwerk aufzubauen und mit Entscheidern zusammenzukommen, erläutert Florian Appel. Die Experten von startUp.connect und die Mentoren (aus vier Ländern und mit Kontakten in ganz Europa), zu denen auch Florian Künstle vom Steuerbüro Reisch & Künstle gehört, überprüfen, ob die Ideen eine wirtschaftliche Zukunft haben. „Man kann sagen, wir zerlegen sie komplett“, so Appel. Grundsätzlich werde erst einmal alles infrage

gestellt, was die Gründer bisher gemacht haben. Das sei wichtig, um die Grundidee zu perfektionieren oder zu modifizieren.

Business Angels und Türöffner

„Viele sind begeistert von ihrem Vorhaben und bekommen auch aus dem Freundes- und Familienkreis nur Zuspruch. Aber Freunde und Familie sind am Ende nicht die, die Geld geben“, so Appel. Der Accelerator soll Schwachstellen schonungslos offenlegen und die Gründungswilligen auf die Erfolgsspur bringen. „Nicht selten wird am Ende eine ganz andere Idee umgesetzt als die, mit der die Teilnehmer in den Accelerator gestartet sind.“

Genau so war es auch bei den Jungs vom Start-up Happyhotel, die bei einer der vergangenen Ausgaben des Accelerators dabei waren – und das mit Erfolg. Sie haben eine Software entwickelt, die Hotels mithilfe dynamischer Preise zu mehr Umsatz verhilft, obwohl ihre Grundidee eigentlich eine ganz andere war. „Es ging eher darum, wie touristische Unterkünfte budgetieren, also ihren Finanzplan erstellen“, erläutert Rafael Weißmüller, der das Unternehmen zusammen mit Marius Müller und Sebastian Kuhnhardt gegründet hat. „Recht schnell haben wir aber gemerkt, dass

„WIR SIND KEIN INVESTOR, SONDERN WOLLEN, DASS IN DER REGION UNTERNEHMEN GEGRÜNDET WERDEN“

FLORIAN APPEL, LEITER DER GRÜNDUNGSINITIATIVE STARTUPCONNECT



Starkes Trio

Rafael Weißmüller, Sebastian Kuhnhardt und Marius Müller (v.l.) haben gemeinsam das Start-up Happyhotel gegründet. Auch sie haben mit Erfolg am Black Forest Accelerator teilgenommen

- › die Frage der flexiblen Preisgestaltung bei den Hotels die drängendere war“, so Weißmüller weiter. Derzeit greift ein Großteil der Häuser nämlich auf gleichbleibende Preise beziehungsweise Saisonpreise zurück. Das schmerzt viele Unternehmer, weil sie glauben, dass sie eigentlich einen höheren Umsatz erzielen könnten, wenn sie ihre Preise nur anpassen würden – aber sie wissen nicht, wie. „Unser Ziel ist es, die Nachfrage abzuschätzen und entsprechende Preisempfehlungen aufzubauen. Dadurch sind die Preise dynamisch und passen sich Nachfrage und Buchungsverhalten an, was zu mehr Umsatz führt.“ Weißmüller weiter: „Wir vergleichen Metriken miteinander und liefern Auswertungen über Pickup, Auslastungen, Belegungen und Umsätze. Die Rückübertragung der auf diese Weise ermittelten Preise in die Buchungssysteme der Hotels erfolgt automatisch, da unser Programm direkt mit diesen verknüpft wird.“

Programm ersetzt Revenue-Manager

„Im Prinzip übernimmt unsere Software die Aufgabe, die in einem Hotel ein Revenue-Manager erledigen würde. Allerdings wäre die flexible Preisgestaltung mit einem so großen organisatorischen Aufwand verbunden, der manuell schlicht

nicht umsetzbar ist“, erklärt Weißmüller. „Da müsste man so viele Zahlen und Daten im Blick haben, dass man den ganzen Tag nichts anderes machen würde.“

Kennengelernt haben sich die drei Gründer unter anderem bei Veranstaltungen von startUp.connect. Über den Kontakt zur Wirtschaftsregion Ortenau bekamen sie die Möglichkeit, den Accelerator zu durchlaufen.

„Durch das Mentoring haben wir viel gelernt, hatten immer Experten und Business Angels an unserer Seite, die uns Tipps geben konnten. Dank des regen Austauschs, erklärt Weißmüller, habe man im Vorfeld viel über Gründung, Buchhaltung und mögliche Fallstricke beim Aufbau eines Unternehmens lernen können. „Wer am Accelerator teilnimmt, befindet sich ja wirklich noch in einer Frühphase seines Schaffens“, sagt der Gründer. „Da geht es noch nicht um die großen Investitionen, aber es ist eine tolle Gelegenheit, bei der aus Ideen Unternehmen werden können.“ Bei Weißmüller und seinen Kollegen hat genau das geklappt. Mittlerweile betreibt Happyhotel ein Büro im Technologiepark Offenburg, hat über zehn Mitarbeiter und möchte weiter wachsen. ■

LINK
RAD
QUADRAT

E-MTB FULLY / ENDURO

FOCUS SAM²

- WELTWEIT EINMALIGES SONDERMODELL -

Für pures Trailvergnügen!

NEU!



4.499.-

- 170mm Federweg F.O.L.D. Fullsuspension
 - 27,5" Laufräder
 - nagelneuer Shimano EP8 Antrieb
- Inklusive Zusatz-Akku 378 Wh = insgesamt 756 Wh

WWW.LINKRADQUADRAT.DE



Platz für Neues

Im Technologiepark Offenburg unterstützt das Gründernetzwerk startUp.connect junge Gründer mit fundierter Beratung und mit günstigen Räumlichkeiten

IMMER ZUR STELLE

Richtig gründen – im Offenburger Technologiepark unterstützen die Steuerexperten der Kanzlei Reisch & Künstle junge Entrepreneure mit ihrem neuen Beratungsangebot

Ein Beitrag von Imke Rosebrock

Die Idee ist super – aber wie sieht's mit den Zahlen aus? „Viele junge Gründer, die mit einer Geschäftsidee zu uns kommen, brauchen Unterstützung, um ihr Business zu starten – und um es auch dauerhaft erfolgreich zu führen“, sagt Florian Künstle, geschäftsführender Partner der Steuerkanzlei Reisch & Künstle aus Wolfach/Haslach. Künstle kennt die finanziellen und steuerrechtlichen Fallstricke, in die ambitionierte Start-ups tappen können. Denn seit dem Start des Ortenauer Gründernetzwerks startUp.connect ist der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer als Mentor und Coach dabei. Seine wichtigsten Tipps für Gründer: das eigene Geschäftsmodell immer wieder neu schärfen! Wie sieht der Markt aus? Wer sind meine potenziellen Kunden? Welche Barrieren muss ich beim Markteintritt überwinden? „Ein solider Businessplan mit realistischen wirtschaftlichen Prognosen ist das A und O“, sagt Florian Künstle. Grundlegend ist auch die Wahl der richtigen Rechtsform, mit der das neue Business aufgesetzt werden soll: „Gründer sollten eine Gesellschaftsform wählen, die zu ihren kurz- und mittelfristigen Plänen passt: Sollen Investoren mit ins Boot geholt werden? Ist man Einzelkämpfer oder gibt es Partner? Muss die Haftung begrenzt werden? – Diese Fragen sind ganz entschei-

dend.“ Sind mehrere Partner an der Gründung beteiligt, sei zwischen den Neu-Chefs zudem eine vertragliche Übereinkunft wichtig, die Pflichten, Rechte und Kompetenzen regelt, weiß der Experte. Und damit Finanzierungen auch langfristig rundlaufen und mögliche Durststrecken nicht zum vorzeitigen Ende des Start-ups führen, kommt es auf die Wahl der richtigen Finanzierungspartner an. „Vertrauen ist hier extrem wichtig“, sagt Künstle. „Das baut man auch dadurch auf, indem man seine Co-Investoren und Fremdkapitalgeber regelmäßig auf dem Laufenden hält, etwa durch monatliche betriebswirtschaftliche Auswertungen.“

Vor Ort erreichbar

Am Sitz von startUp.connect, dem Technologiepark Offenburg, hat Künstle nun einen festen Beratungsort geschaffen. „Wann immer wir im Technologiepark vor Ort waren, wurden wir von den jungen Gründern angesprochen – also war es nur richtig, eine ständige Präsenz einzurichten, um ein niedrigschwelliges Angebot zu ermöglichen.“ Ein Mitarbeiter seines Teams ist nun vor Ort, Florian Künstle einmal wöchentlich. „So sind wir noch näher dran an den Start-ups der Ortenau – und unterstützen damit die ganze Region.“

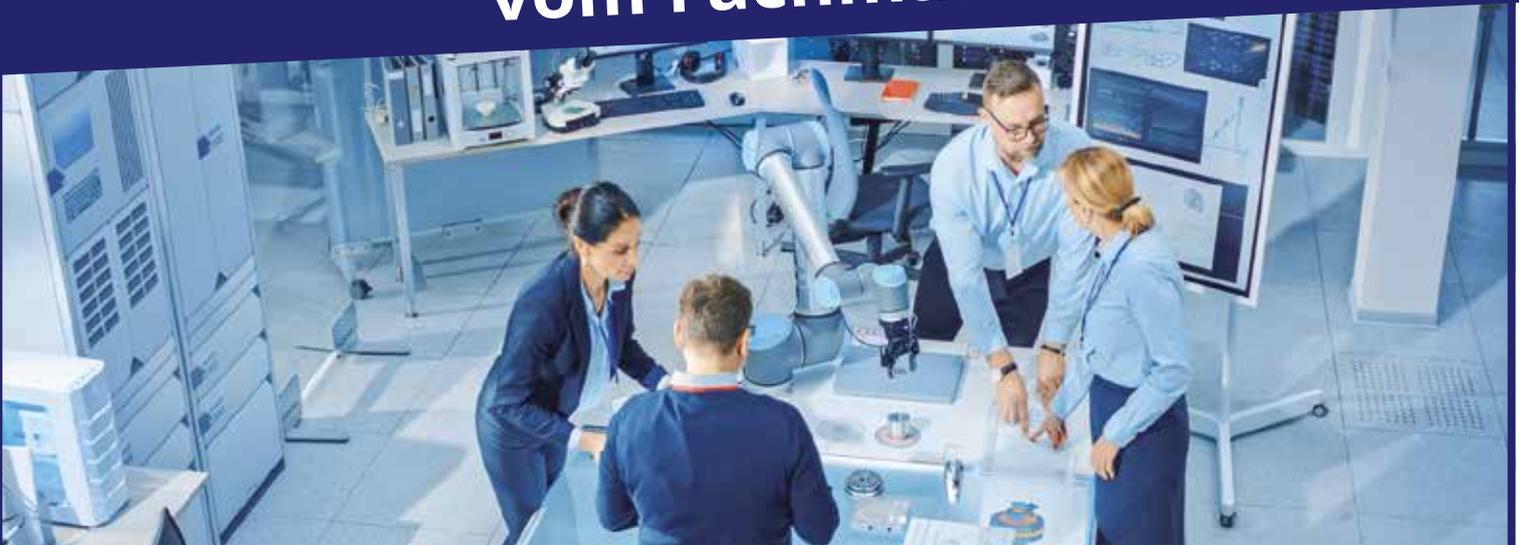
Nitech



Als Spezialist für die Planung und Ausführung von elektrotechnischen Anlagen in Gebäuden ist die Nitech GmbH **Partner für Bauherren bei der Realisierung von Großprojekten.**

Über 150 Mitarbeiter arbeiten in den Bereichen der Energieversorgung, Energieverteilung sowie der Sicherheits- und Kommunikationstechnik.

Elektrotechnische Gebäudeausrüstung vom Fachmann



- Energieversorgung
- Gebäudeinstallation
- Planung
- Ausbildung

Stammsitz in Oberkirch
Nitech GmbH
Haus der Ingenieure
Raiffeisenstraße 5
77704 Oberkirch

Niederlassung in Villingen
Nitech GmbH
Eckweg 1
78048 Villingen-Schwenningen

Telefon:
07802 7044 100

Mail:
info@nitech-gmbh.de

www.nitech-gmbh.de

NIET- UND NADELFEST

Was macht ein Fashion-Dienstleister, wenn von jetzt auf gleich die Aufträge ausbleiben? Ein eigenes Label. Mit der frechen Schwarzwälderin Black Bonnie traf man bei Stickstoff in Waldkirch den Zeitgeist – und greift jetzt richtig an ...

Ein Beitrag von Stephan Fuhrer

Manchmal ist es schon verrückt. So viele Male saß Michael Heß bereits vor einem leeren Blatt Papier. So oft schon hatte er sie gesucht, diese eine Idee, mit der der Elztäler Unternehmer auch mal seine ganz eigenen Klamotten besticken lassen könnte. Aber sie kam nicht. Und dann ist es ein launiger Abend im Jahr 2019 bei seinen Fußballkumpels in der Altherrentruppe, der alles verändert. „Mach doch mal so 'ne Schwarzwälderin in Dirty“, meint ein Mitspieler. Es folgt ein Entwurf von Sohnemann Nils, gerade mal 15 Jahre alt. Dann geht Michaels damaliger Grafiker Stefan noch mal ran – und schon ist Black Bonnie aus der Taufe gehoben. Den Fußballkollegen (die erste Bonnie kommt in den königsblauen Farben des Vereins, des SC Gutach-Bleibach, daher) gefällt's gut. Deren Kumpels auch. Und deren Umfeld auch. Der Ball kommt schließlich ins Rollen, um mal in der Fußballersprache zu bleiben...

Alles runterfahren – oder doch lieber nicht?

Manchmal kommen die Dinge eben wie sie kommen. Corona war ja auch so ein Fall. Von heute auf morgen bricht im März 2020 bei Stickstoff in Waldkirch wie in vielen Unternehmen ein Auftrag nach dem anderen weg.

Denn Michael Heß' eigentliches Geschäft ist Corporate und Promotion Clothing. Work Fashion, die mit Logos oder Ähnlichem bestickt oder bedruckt wird. 15 Mitarbeiter sind erst vor Kurzem von Gutach im Breisgau an den vergrößerten Standort in die Adolf-Ruth-Straße nach Waldkirch gezogen. Mit 26 Stickköpfen werden dort seither rund 120.000 Teile im Jahr produziert. Immer häufiger übrigens auch nachhaltig und in Bio-Qualitäten.

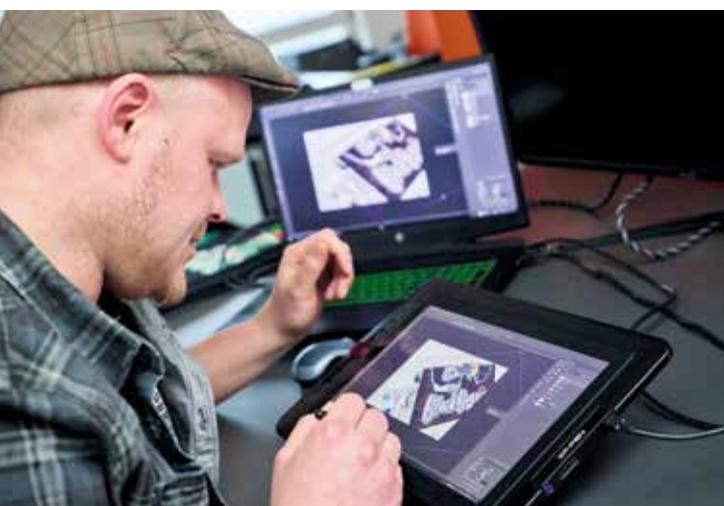
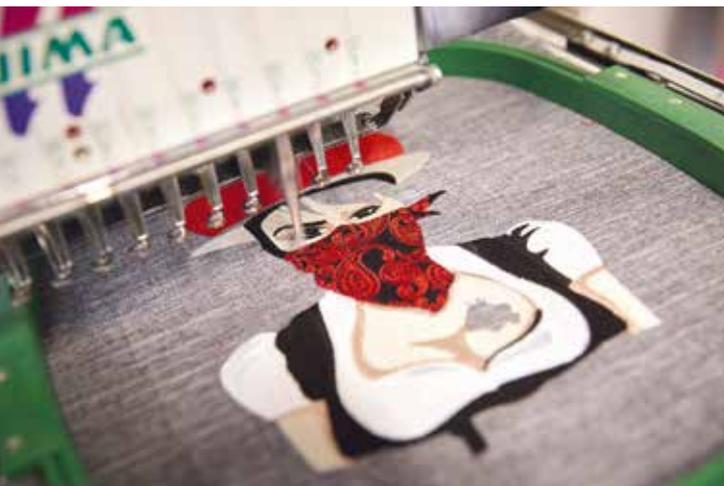
Alles auf Angriff!

Einer der Stickstoff-Hauptabnehmer ist die Franchise-Gastronomie. Michael Heß kommt ursprünglich aus der Gastro Fashion, daher die Verbindung. Doch Kunden wie Dean & David oder Enchilada brauchen in dieser Zeit aus bekannten Gründen erst mal keine neuen Shirts, Schürzen oder Kochjacken. Ebenso der Europa-Park, ein weiterer Großkunde. Nach den ersten sorgenvollen Tagen trifft Michael mit seinem Team deshalb eine Entscheidung: Dann machen wir jetzt eben unser eigenes Ding!

„Black Bonnie lief bislang mehr so nebenher, weil auch einfach nicht die Zeit war“, erzählt Heß. Das änderte sich. Es folgte eine Website samt eigenem Shop, Vertriebsgespräche mit Wiederverkäufern und Händlern und die Entwick- ➤

**Gut betucht**

Michael Heß hat den Lockdown genutzt, um sein eigenes Modelabel zu etablieren. Seither ist Black Bonnie nicht nur im Schwarzwald immer häufiger anzutreffen



Neuer Stickstoff

Die Black-Bonnie-Motive – inzwischen sind es mehr als 200 – werden von Stickmaschinen auf die Textilien gestickt. Die Produktion eines Hoodies dauert rund zweieinhalb Stunden, bis zu 100 000 Stiche sind nötig. Die Motive werden digital vorbereitet und dann an die Maschinen übermittelt



- › lung weiterer Produkte, Ideen und Layouts. Black Bonnie nahm Fahrt auf, inzwischen gibt es sogar eine eigene SC-Freiburg-Version im offiziellen Fan-Sortiment des Fußball-Bundesligisten.

Kapitänsmütze statt Bollenhut

Mittlerweile hat das Stickstoff-Team bereits mehr als 12 000 Einzelstücke an den Mann gebracht – und ihrem längst wieder erwachten Kerngeschäft damit auch noch zusätzlichen Schwung gegeben. „Wir haben einige Neukunden gewonnen, die erst durch Black Bonnie auf uns aufmerksam geworden sind“, erzählt Michael Heß sichtlich stolz. Dazu richten die Stick-Spezialisten mit ihrer Revoluzzerin – die Idee mit dem Halstuch vorm Mund entstand ja bereits vor der Pandemie – den Blick nun auch über den Schwarzwald hinaus. Mit der Kutter-Bonnie gibt es jetzt ganz neu die ersten Motive mit Kapitänsmütze statt Bollenhut. „Für ein erfolgreiches Label ist der Schwarzwald auf Dauer zu klein“, erklärt der Unternehmer. Zudem haben auch die ersten Kunden das Motiv für sich entdeckt und schmücken sich inzwischen selbst mit der frechen Dame.

Gestickt werden die Motive auf die Klamotten, Käppis und Rucksäcke vor Ort in Waldkirch. Gut zweieinhalb Stunden braucht eine der Stickstoff-Maschinen für diese hochwertige Form der Stickerei. Fast 100 000 Stiche benötigt es, dazu 700 Meter Garn in verschiedenen Farben. Stickerei made in Germany gibt es noch in rund 1500 solcher Stickereien bundesweit, viele davon stehen mit einzelnen Maschinen in Privathaushalten. „Wir sind in der Region die größte“, erzählt Heß, der das Unternehmen vor zehn Jahren mit einem inzwischen verstorbenen Partner gegründet hatte. Zudem gehören die Waldkircher sicherlich zu den entspanntesten. Im eigenen, integrierten Laden spielen die Mitarbeiter nicht selten auch mal am Kickertisch mit ihren Kunden. Der Einsatz: fünf Prozent Nachlass bei einem Sieg...

Viele wichtige Learnings

Natürlich sei er froh, dass das Motiv offensichtlich einen Nerv treffe, erzählt Michael Heß. „Aber wir profitieren auch im Unternehmen von den zahlreichen Learnings, die wir gerade machen, und das ist mir genauso wichtig.“ Ob Entwicklungsarbeit, Markenaufbau, Online- und Offline-Vertrieb oder logistische Fragen: „All das können wir auch in unsere Arbeit für und mit den Kunden mitnehmen“, meint der gelernte Banker. Dazu sei auch die Motivation im Team extrem hoch. Klar, wenn man eigene Ideen einbringen kann und dabei dann auch noch Erfolg hat. „Wir sind hier alle inzwischen irgendwie Black Bonnie“, sagt Michael Heß. Die Zukunft könnte also wild werden... ■



Das Buyhappy-Team: Die Gründer Duschan Gert und Melanie Missbach (rechts) mit Daniela Müller (links) und Lisa Groll. Gemeinsam wollen sie den Online-Marktplatz Buyhappy zum Wohlfühl-Amazon für Kunden mit grünem Gewissen machen

DIE GLÜCKSBRINGER

Edeka-Urgestein Duschan Gert startet mit 60 noch einmal durch – und zieht ein Start-up auf. Mit dem Marktplatz Buyhappy und Nichte Melanie hat er viel vor

Gut 34 Jahre war Duschan Gert bei Edeka Südwest. Als Geschäftsführer hat er erst den Mineralbrunnen Schwarzwaldsprudel zur erfolgreichen Eigenmarke und dann den Ortenauer Winzerkeller (OWK) zu einem der größten Weinerzeuger Badens werden lassen. Das alles aber ist Vergangenheit – denn Gert ist ausgestiegen und seit März Privatier. „Ich kann und will aber noch nicht aufhören“, sagt er. „Aber es geht nicht mehr ums Geld.“

Einkaufserlebnis mit Glücksgefühl

Gerts neues Ziel ist eine Herzensangelegenheit: unsere Welt ein bisschen besser machen. Fairer. Nachhaltiger. Dafür hat er mit seiner Nichte Melanie Missbach den Online-Marktplatz Buyhappy gegründet. Ein privates Start-up ohne Beteiligung der Edeka oder einem anderen großen Player aus dem Einzelhandel. Buyhappy kann man sich ein bisschen wie Amazon oder Alibaba vorstellen – aber in Fair, Streng und Konsequenz. Wer als Lieferant gelistet werden will,

muss fünf Kriterien erfüllen: keine Tierversuche, natürliche Inhaltsstoffe, fair gehandelt, klimaschonend hergestellt und am besten keine Verpackung – oder zumindest plastikfrei, wiederverwend- oder kompostierbar.

„Das Thema Nachhaltigkeit ist ein fester Bestandteil unseres Alltags“, sagen die beiden Gründer. „Mit Buyhappy machen wir nachhaltige Produkte einem breiten Publikum auf einfachem Weg zugänglich und werden dem wachsenden Bewusstsein für einen umweltfreundlichen Lebensstil gerecht – ein nutzerfreundliches, einfaches, digitales Einkaufserlebnis mit Glücksgefühl.“

Das Buyhappy-Team ist überzeugt: Der Onlinehandel wird weiter boomen – auch nach Corona. Entsprechend ambitioniert sind die Ziele. 10 000 verschiedene Artikel sollen binnen Jahresfrist gelistet sein. Erreichen möchte man das mit Verkaufsprovisionen zwischen 14 und 17 Prozent und einem ausgeklügelten Serviceportfolio samt Zahlungsabwicklung, Marketing-Unterstützung, Treueprogramm und Umweltrückvergütung. ■

MORGEN KANN KOMMEN!

Mit der BlackVRst Capital Management GmbH eröffnet die Volksbank Lahr Unternehmern und Privatpersonen neue Möglichkeiten für regionale Immobilien-Investments mit fester Rendite – und die Nachfrage ist riesig

Ein Beitrag von Ulf Tietge

Die Quadratur des Kreises versteckt sich bei der BlackVRst Capital Management von Johannes Weide in einem etwas kompliziert klingenden Mission Statement: „Wir fungibilisieren immobile Vermögenswerte“, sagt Weide. Und weil er weiß, dass noch immer kaum jemand versteht, was damit gemeint ist, schiebt er schnell hinterher: „Wir machen Investitionen in regionale Rendite-Immobilien handelbar. Das auch mit kleineren Beträgen. So eröffnen wir eine Anlageoption, die bisher nur institutionellen Anlegern offenstand.“

Immobilien-Festgeld: gute Rendite, wenig Aufwand

Immobilien-Festgeld nach dem Konzept der BlackVRst Capital Management (BCM) ist am ehesten mit klassischem Festgeld oder Unternehmensanleihen zu vergleichen. Der Anleger investiert in regionale Projekte und weiß genau, was mit seinem Geld passiert. Das ist ein großer Vorteil im Vergleich zu klassischen Immobilienfondsanteilen, bei denen man selten genau weiß, in welche Objekte der Fonds denn investiert. Gleichzeitig ist die Immobilien-Anleihe der BCM mit viel weniger Aufwand verbunden, als wenn man direkter Eigentümer einer Immobilie würde. Stattdessen stellt der Anleger fest auf zehn Jahre einen Geldbetrag zur Verfügung. Dafür fließen fest definierte Zinserträge (zum Beispiel 3,5 Prozent) – und dann ist das Geld wieder auf dem Konto. Noch mal anlegen? Auf eine andere Geldanlage setzen? Einen Porsche kaufen? Alles möglich...

An einem Beispiel ist das BCM-Konzept schnell erklärt. In Oberwolfach entsteht das Pflegeheim St. Luitgard. Besitzer der Immobilie wird die St. Luitgard Vermögensgesellschaft sein, an der die BCM mit 50 Prozent sowie die Gesellschafter von Eichner Bau (Klaus Koch und Chri-

stian Surbeck) mit je 25 Prozent beteiligt sind. Als Betreiber steht die Caritas fest, der Mietvertrag läuft auf 30 Jahre. Zusätzlich gibt es im Obergeschoss noch zehn seniorenrechtliche Wohnungen für Menschen, die noch gut allein zurechtkommen aber gleichzeitig die Sicherheit haben möchten, im Fall eines Falles sofort zusätzliche Unterstützung zu bekommen.

Klassischerweise würde so ein Projekt von einem bis drei institutionellen Anlegern finanziert. Banken vielleicht. Versicherer. Ganz sicher aber keine mittelständischen Unternehmer. Über die BlackVRst Cap können sich in Oberwolfach nun bis zu zehn institutionelle Anleger mit je 250000 Euro sowie 100 Anleger mit je 25000 Euro beteiligen. Die erwartete Rendite liegt bei 3,0 bis 3,5 Prozent. Um diese Rendite zu erreichen, sind in das Structured-Finance-Konzept auch Förderdarlehen der KfW-Bank eingebunden. „Dadurch ergibt sich ein Hebel-Effekt“, sagt Johannes Weide. „Und es ergibt sich eine Win-Win-Win-Situation: Die Menschen in Oberwolfach bekommen ihr dringend benötigtes Pflegeheim, unsere Anleger freuen sich über eine attraktive Rendite und das Geld bleibt in der Region. Der einzige Pferdefuß ist nur: Wir haben schon jetzt eine Warteliste mit potenziellen Anlegern.“

Die Volksbank als Dienstleister

Aus Sicht der Volksbank Lahr ist die BCM ein weiterer Baustein beim Umbau der traditionellen Genossenschaftsbank zu einem Netzwerk spezialisierter Unternehmen. Mit der Mehrakademie bietet man Coaching-Leistungen und Social-Media-Workshops an, mit dem Generationencenter hilft man bei Testamenten und Patientenverfügungen. Die Volksbank verlässt sich nicht mehr auf die Erlöse aus Zins- und Provisionsgeschäft, sondern engagiert sich in >

A portrait of Johannes Weide, a man with dark hair and a serious expression, wearing a blue suit jacket over a white shirt. He is standing in front of a background of vertical, textured lines, possibly birch bark. His hands are clasped in front of him.

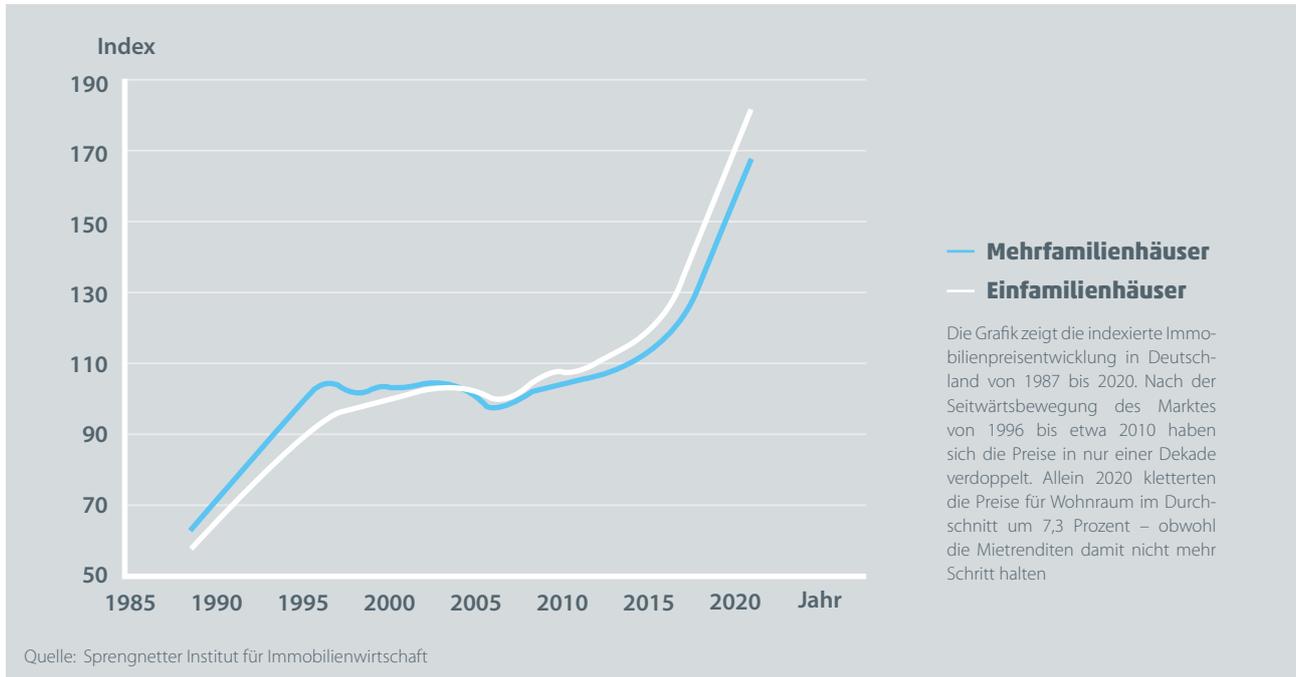
JOHANNES WEIDE

Von Ottenheim über Lahr nach Hongkong und zurück in die Ortenau: Johannes Weide hat eine etwas andere Volksbank-Karriere hingelegt. Jetzt avanciert er vom Private-Banking-Berater zum Geschäftsführer. Die BlackVRst Capital Management (BCM) trägt das gleiche Kunstwort im Namen wie die junge Marke der Volksbank Lahr – denn auch sie steht für einen Generations- und Paradigmenwechsel.

**Die BCM adressiert eine neue Generation vermög-
ender Kunden und mittelständischer Unter-
nehmer – aufgeschlossen und anspruchsvoll**

Foto: Jan Reiff

Die Wertentwicklung von Immobilien in Deutschland



— **Mehrfamilienhäuser**
— **Einfamilienhäuser**

Die Grafik zeigt die indizierte Immobilienpreisentwicklung in Deutschland von 1987 bis 2020. Nach der Seitwärtsbewegung des Marktes von 1996 bis etwa 2010 haben sich die Preise in nur einer Dekade verdoppelt. Allein 2020 kletterten die Preise für Wohnraum im Durchschnitt um 7,3 Prozent – obwohl die Mietrenditen damit nicht mehr Schritt halten

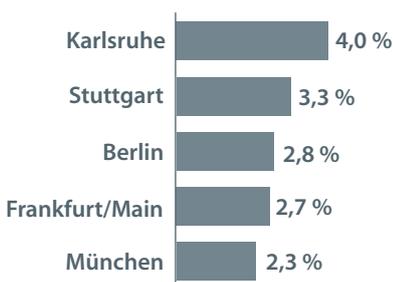
› neuen Geschäftsfeldern. Risikodiversifizierung, wenn man so will. Mehr Wertschöpfungstiefe als Alternativ-Strategie zu Fusionen, um Skaleneffekte immer weiter auszureizen.

Vom Schwarzwald nach Buxtehude

Vier bis fünf Projekte sollen über die BCM jährlich angeschoben werden. Johannes Weide: „Noch warten wir auf die Bearbeitung durch die Bafin – und bereiten in Gesprächen mit potenziellen Projektgebern alles vor. Und schon jetzt zeigt sich, dass dieses BlackVRst-Konzept sogar bundesweit Schule machen könnte. Mit Geld aus Buxtehude für ein Projekt in Buxtehude und mit Geld aus Friesenheim für ein Projekt in Friesenheim.“

Die hohe Nachfrage nach Immobilieninvestments hängt natürlich mit den seit zehn Jahren boomenden Immobilienpreisen zusammen. Häuser, die um 2010 noch für 250.000 Euro gehandelt wurden, liegen inzwischen vie-

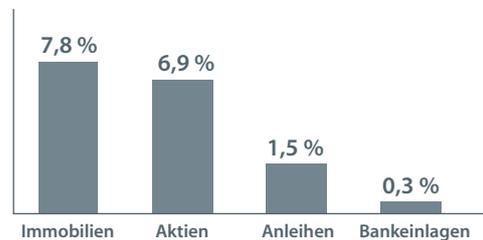
Aktuelle Mietrenditen nach Regionen



Quelle: DIP Deutsche Immobilien-Partner, Aengevelt Research

Historische Wertsteigerung von Anlagen

Durchschnittliche Wertsteigerung von 1870 bis 2020 in 16 europäischen Ländern



Quelle: Universität Bonn

lerorts bei einer halben Million. Und das eben nicht nur in Münchens besten Lagen oder dem beliebten Freiburg, sondern auch in Offenburg, Lahr oder Kehl.

Aus Sicht von Anlegern ist diese Entwicklung nicht ohne Risiken: Die Entwicklung der Mieten hält mit Kaufpreisen vielerorts nicht (mehr) stand und der Boom des Bungalow-Golds hängt direkt mit niedrigen Zinsen zusammen. Endet diese Phase, könnte die Party vorbei sein.

Wirtschaftsprofessor Moritz Schularick von der Uni Bonn hat hierzu eine Langfrist-Analyse vorgelegt und die Wertentwicklung verschiedener Anlageformen seit 1870 in 16 europäischen Ländern untersucht. Ergebnis: Über lange Zeiträume liegen Immobilien vorn – auch in Deutschland mit 7,9 Prozent. Allerdings: Von 1950 bis 2015 war die Aktienrendite in Deutschland besser als die Immobilienrendite – auch wenn bis heute noch viele deutsche Anleger Aktien meiden.



Erfolg ist keine Einbahnstraße

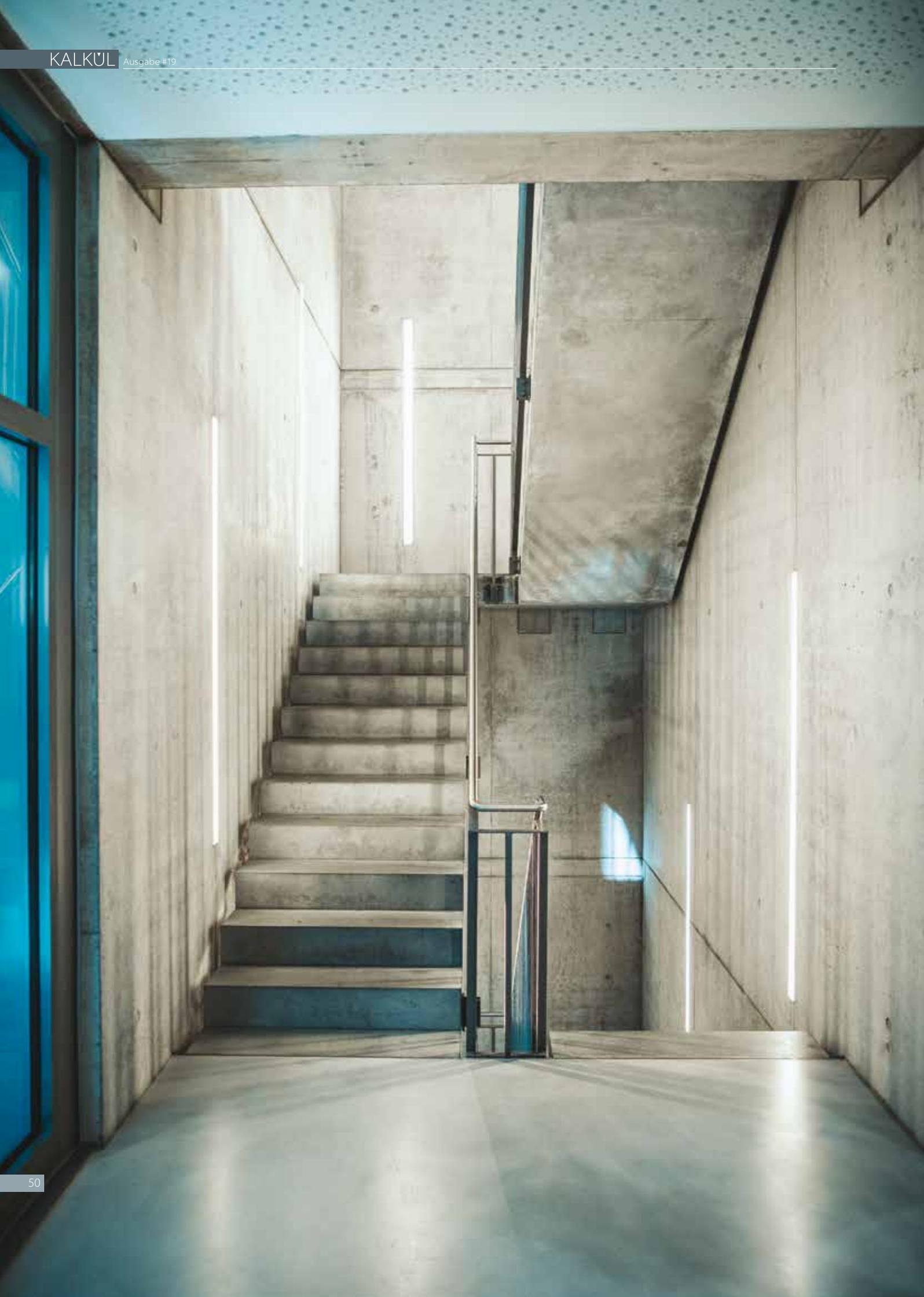
Zum Erfolg geht es auch nicht immer geradeaus. Manchmal weiß man nicht einmal, wohin das Geschäft sich entwickelt. In solchen Momenten kann es sinnvoll sein innezuhalten, vielleicht sogar umzudrehen und sich zu fragen: Stimmt die Richtung? Ist mein Geschäftsmodell noch tragfähig? Was muss ich tun, um wieder oder weiter erfolgreich zu sein?

Zurzeit stellen sich diese Fragen drängender denn je. Denn zur Unsicherheit der zukünftigen Entwicklung kommen in vielen Unternehmen Probleme beim Ertrag und vor allem

der Liquidität. Jetzt bedarf es eines kühlen Kopfes, um die Herausforderungen zu analysieren. Danach sind kluge Konzepte zu entwickeln, wie diesen Herausforderungen zu begegnen ist.

Die Turnaround ist darauf spezialisiert, Unternehmen in kritischen Situationen Auswege zu zeigen. Nutzen Sie unsere Erfahrungen und Methodenkenntnisse, um Ihr Unternehmen nach vorne zu bringen. Wir freuen uns auf ein unverbindliches Gespräch mit Ihnen.





BETON UND STAHL FÜR DIE ZUKUNFT

Zusammen mit den Experten von Freyler Industriebau hat Huber Kältemaschinenbau in Offenburg zunächst ein einzigartiges Bürogebäude und jüngst auch eine hochmoderne, neue Produktionshalle gebaut

Ein Beitrag von Patrick Czelinski

Schon der simple Gang durchs Treppenhaus ist faszinierend. Lange, senkrechte Leuchtkörper tauchen den auskleidenden Beton in ein angenehmes Licht. Das Zusammenspiel mit den verarbeiteten Hochglanz-Stahlelementen lässt den Bau modern und industriell, gleichzeitig aber nicht kalt wirken. Das durch die großzügige Verglasung einfallende Sonnenlicht tut sein Übriges.

Wir befinden uns bei der Huber Kältemaschinenbau AG im Gewerbegebiet Offenburg-Elgersweier. Hier sind in den vergangenen drei Jahren zwei neue Bauprojekte umgesetzt worden, zum einen zwischen 2017 und 2019 ein Bürokomplex, zum anderen in den vergangenen zwei Jahren eine große Fertigungshalle. In beiden Fällen hat Huber – wie bereits bei anderen Projekten – mit den Profis von Freyler Industriebau aus Kenzingen zusammengearbeitet. „Weil wir mit ihnen nur gute Erfahrungen gemacht haben“, erklärt Joe Huber, stellvertretender Vorstand des Unternehmens.

Viel Glas und ein intelligentes Heizsystem

„Unser neues Bürogebäude wurde notwendig, da unser Stammhaus langsam aus allen Nähten zu platzen drohte“, so Huber. Noch vom mittlerweile verstorbenen Unternehmensgründer Peter Huber geplant, entstand in Zusammenarbeit mit dem Architektenpaar Wilhelm und Antonia Kasten, mit dem die Hubers schon lange verbunden sind, ein 45 Meter langer und 15 Meter breiter, zweigeschossiger Flachdachbau auf Stelzen. „So können die Autos direkt unter dem Gebäude parken“, erläutert Joe Huber. Ein Großteil der Mit-

arbeiter, die im 1999 entstandenen Zentralbau untergebracht waren, zogen in den neuen Bürokomplex, der über eine geschlossene Brücke mit dem Haupthaus verbunden wurde. Wer die neue Arbeitswelt betritt, staunt zunächst über die gigantischen bodentiefen Fenster, die einen spektakulären Rundumblick eröffnen, wobei die Sicht nach Osten am beeindruckendsten ist. Dort ist sowohl das Ortenberger Schloss als auch der Hornisgrinde-Turm und die Burg Staufenberg in Durbach zu erkennen. „Wir wollten genau >



Schnörkelloser Industrie-Chic

So sieht es aus, das neue Bürogebäude von Huber Kältemaschinenbau in Offenburg. Auf dem linken Foto ist das Treppenhaus mit den modernen, senkrechten Leuchtkörpern zu sehen



Zwei Brüder an der Spitze

Daniel (l.) und Joe Huber leiten gemeinsam das Unternehmen, das ihr Vater gegründet hat. Gemeinsam mit Freyler entstand jüngst eine neue Fertigungshalle (o.), zuvor bereits ein modernes Bürohaus (u.)



› das erzeugen“, erklärt Joe Hubers Bruder Daniel, der das Unternehmen leitet. „Dass unsere Mitarbeiter jeden Tag diesen Blick genießen dürfen.“ In den Räumlichkeiten herrscht eine bemerkenswerte Ruhe. Schallschutzdecken dämpfen den Geräuschpegel, Teppich federt die Schritte ab. Heizungen oder Klimaanlage sind nicht sichtbar, stattdessen strömt in einem konstanten Fluss Luft durch die mit Mikrolöchern perforierten Bodenplatten in den Raum – kalt im Sommer, warm im Winter. „Das muss schon klappen bei einer Firma, die Anlagen zum Temperieren herstellt“, sagt Daniel Huber lachend.

Um die moderne Inneneinrichtung hat sich Bärbel Huber, die Schwester der beiden Vorstände, gekümmert. Entstanden ist ein Möbel-Ensemble in Grau, Weiß, Braun und Grün. Design-Stücke liefern die nötigen Akzente. Die einzelnen Teams teilen sich moderne Arbeitsinseln im Großraumbüro. Verglaste Konferenzzimmer, Besprechungsräume und Zweierbüros bieten die Möglichkeit, sich zurückzuziehen oder auszutauschen.

Wieder über eine verglaste Brücke gelangt man zunächst in die alte, direkt dahinter in die neue, 4500 Quadratmeter große Produktionshalle, die ebenfalls in Zusammenarbeit mit Freyler entstanden ist. Auch hier fallen die großen Fenster auf. „Wir möchten, dass auch unsere Mitarbeiter in der Produktion Tageslicht haben und nicht an einem finsternen Ort arbeiten“, sagt Joe Huber. Umweltfreundlich beheizt wird über ein Saug- und Schluckbrunnen-System, das oberflächennahes Grundwasser zur Wärmeengewinnung nutzt und später wieder in den natürlichen Kreislauf ›



Einfach praxisnah.

Einfach wertschöpfend.

Einfach leidenschaftlich.

Einfach erfolgsorientiert.

Einfach innovativ.



SPITZMÜLLER AG
Zuschüsse & Förderdarlehen

Einfach Spitzmüller!

Wir sind Kümmerer!

38 Jahre am Markt und über 14 000 Projekte mit rund 10,5 Milliarden Euro bewilligter Fördermittel: Die Spitzmüller AG ist der Experte im Bereich Innovations- und Investitionsförderung für den deutschen Mittelstand.

Mit unserer Hilfe erhalten Sie Zuschüsse und Förderdarlehen für Betriebserweiterungen und Modernisierungen sowie die Entwicklung neuer Produkte und die Verbesserung von Prozessen.

Die wichtigsten Schwerpunkte 2021: Energieeffizienz und die steuerliche Förderung von Forschung und Entwicklung.

Nach der Analyse Ihrer Idee finden unsere Ingenieure und Betriebswirte passende Förderprogramme, kümmern sich um die gesamte Abwicklung der Förderprojekte und sorgen so für ein Höchstmaß an Entlastung.

*Kostenfreie
Förderanalyse*

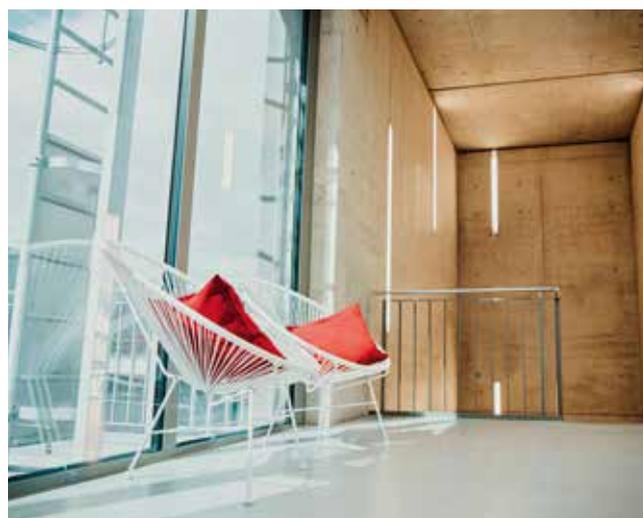
0 78 03 / 96 95-0

„Wir wollen, dass unsere Mitarbeiter jeden Tag den grandiosen Blick in die Landschaft unserer Region genießen.“
Daniel Huber



Traumhafte Aussichten

Die großen Fenster bei Huber Kältemaschinenbau eröffnen herrliche Blicke in die Landschaft. In den Innenräumen dominieren ruhige Farben und einige Akzente in Knallrot



- › zurückführt, nachdem ein Teil der Wärmeenergie entzogen wurde. Kombiniert wird dieses Verfahren mit einer Betonkernaktivierung zur Speicherung der Wärme. Eine kontrollierte Be- und Entlüftung reduziert die Energieverluste zusätzlich. Strom wird durch eine Photovoltaik-Anlage auf dem Hallendach erzeugt. „Damit kommen wir unserer Umweltverantwortung nach und leben diese in unseren Firmengebäuden. Es ist auch eine Investition in die Zukunft“, betont Daniel Huber. Der Hallen-Neubau fügt sich architektonisch in die Reihe der Bestandsgebäude ein. Die ständige Vergrößerung ist der Tatsache geschuldet, dass Huber als Spezialist für hochgenaue Temperiertechnik einer der Weltmarktführer auf diesem Gebiet ist. Am Hauptsitz in Offenburg beschäftigt das Familienunternehmen aktuell etwa 360 Mitarbeiter und hat weltweit zahlreiche Tochterunternehmen. ■

IMMER GUT, WENN EINER GENAU HINGUCKT

Aus Risiken Chancen machen – das bedeutet für uns Wirtschaftsprüfung. Stetig steigende Anforderungen an Rechnungslegung, Transparenz und Risikomanagement stellen unsere Mandanten fortwährend vor große Herausforderungen. Daher ist Wirtschaftsprüfung weit mehr als nur die unabhängige Einschätzung, ob das Finanzgebaren eines Unternehmens in Ordnung ist. Interne Steuerungs- und Kontrollstrukturen werden optimiert – mit dem Ergebnis, die Zahlen für das Unternehmen sicherer, verlässlicher und planbarer zu machen.

Wir stellen uns gezielt auf das signifikante Geschäfts- und Risikoumfeld unserer Mandanten ein. Die von uns angewandte Strategie basiert auf dem risikoorientierten Prüfungsansatz. Darüber hinaus analysieren wir die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens und ihre Kontrollarchitektur.

Neben der Prüfung von Jahres- und Konzernabschlüssen bieten wir Ihnen ein umfangreiches Spektrum an weiteren prüfungsnahen Dienstleistungen, unter anderem Gründungsprüfungen, Unternehmensbewertungen sowie Beratung in betriebswirtschaftlichen und ausgewählten Bilanzierungsfragen.

**FLORIAN
KÜNSTLE**
Wirtschaftsprüfer

Saarlandstraße 21 | 77709 Wolfach
0 78 34 / 83 68 -0 | wp@floriankuenstle.de
www.floriankuenstle.de



MARKETING AUF OHRENHÖHE

Podcasts haben sich vom Nischenformat zum absoluten Trendmedium entwickelt. Für die Unternehmenskommunikation sind sie als Corporate Podcasts eine sehr gute Ergänzung im Marketing-Mix – aber nur, wenn das Konzept stimmt

Ein Beitrag von Verena Vogt

Ob auf dem Weg zur Arbeit, beim Gassigehen oder gemütlich zu Hause auf dem Sofa: Für immer mehr Menschen werden Podcasts zum geliebten digitalen Begleiter im Alltag. Laut einer Bitkom-Umfrage hört rund ein Drittel der Deutschen Podcasts, 15 Prozent schalten sogar regelmäßig ein. Vor allem jüngere Leute sind auf den Geschmack gekommen: 40 Prozent der 16- bis 29-Jährigen geben an, Pod-

casts zu hören – Tendenz steigend. Podcast-Hörer sind gut gebildet, technikaffin und verfügen über ein vergleichsweise hohes Einkommen. Logisch, dass das On-Demand-Format daher riesiges Potenzial als Marketing-Tool für die Unternehmenskommunikation bietet und die Kommunikationsbranche nach den eher musikverliebten Generationen X und Z von der Generation G spricht. G wie Gelaber...



Tisch für Drei am Tegernsee

Ulf Tietge (Mitte) und Matthias Rilling im Gespräch mit Bayern-Legende Uli Hoeneß

Podcast mit Erfolgsrezept

„Der Podcast ist die Langspielplatte des 21. Jahrhunderts“, sagt Ulf Tietge über den Boom des ehemaligen Nischenmediums. Er ist Inhaber der Offenburger Agentur team tietge – einem der regionalen Vorreiter im Bereich Corporate Podcasts. Seit anderthalb Jahren produziert die Agentur für den deutschen Foodservice-Marktführer Chefs Culinar einmal im Monat den Gastro-Podcast Tisch für Drei. Gastgeber: Matthias Rilling, Leiter Key Account bei Chefs Culinar. Moderation und Redaktion: Ulf Tietge. Gäste: Uli Hoeneß, Meta Hildebrand, Haya Molcho oder auch 25-Hours-Gründer Christoph Hoffmann. Und das kommt gut an: Mit rund 30000 Hörern gehört Tisch für Drei zu den erfolgreichen Unternehmens-Podcasts in Deutschland.

Aber: Corporate Podcasts sind im Gegensatz zu Conversion-getriebenem Suchmaschinenmarketing oder Social Media im B2C-Umfeld kein Instrument, mit dem sich schnell finanziell messbare Absatzerfolge einstellen. Dafür zahlen sie aufs Image ein, werten die Marke auf, ermöglichen Leads, belegen Kompetenz und vermitteln Inhalte in einer Tiefe, die mit keinem anderen Medium zu erreichen ist. Podcasts werden als Nebenbei-Medium in alltäglichen Situationen gehört, in denen Videos oder Printmedien

nicht genutzt werden können; beim Autofahren, beim Aufräumen oder beim Sport. Das persönliche Storytelling-Format erzeugt Nähe und Vertrautheit – und damit Sympathie und Kundenbindung. „Schon die Tatsache, dass ein Unternehmen überhaupt einen Podcast produziert, wirkt sich imagefördernd aus“, sagt Tietge. Ein gelungener Podcast bietet Firmen zudem die Chance, sich als Experten zu positionieren.

Mehr Raum, weniger Kosten

Ein weiterer Vorteil: Ein Podcast bietet mit üblichen Längen von 15 bis 90 Minuten viel mehr Raum für Tiefe als ein Printmedium, ist dabei aber einfacher, bequemer zu konsumieren. „Man kann Philosophie und Charakter der Gäste ganz anders transportieren“, sagt Tietge. „Ein Podcast bietet im Vergleich zum gedruckten Interview mehr Platz, um Menschen zu Wort kommen zu lassen, die etwas zu sagen haben – und das Publikum bleibt ganz Ohr.“

Die Produktionskosten für Podcasts sind deutlich niedriger als für eine Kundenzeitschrift. Je nach Konzept können auch zwei bis drei Podcasts am Tag produziert werden. Nicht unterschätzen sollte man allerdings den Aufwand im Vorfeld: ➤



i

FAKTEN ZUR PODCAST-NUTZUNG

[Blurred text representing facts about podcast usage]

Quelle: Podstars

- › Ein erfolgreicher Podcast muss gut geplant und durchdacht sein – von der Gästerauswahl über die Themenauswahl bis zu Technik und Vermarktung.

„Die Qualität muss stimmen“

Was macht einen guten Corporate Podcast sonst noch aus? Er muss inhaltlich verständlich sein. Er eignet sich wunderbar, um komplexe Zusammenhänge zu präsentieren – aber Details wie Zahlen und Statistiken gehören in die Shownotes. Zweitens muss der Podcast technisch perfekt produziert sein. Es ist okay, wenn jemand sich im Lauf des Gesprächs verspricht. Der Podcast soll ja authentisch sein. Aber wenn die Tonqualität nicht stimmt, schalten die Leute ab. Einen Podcast mit dem Telefon aufzunehmen, ist für Tietge daher keine Option. Drittens sollte der Podcast eine Mischung aus Unterhaltung und Information sein – also Infotainment bieten.

Damit ein Podcast auch tatsächlich Infotainment sein kann, muss er kurzweilig sein – auch wenn das Thema noch so spannend sein mag. „Gute Längen sind 15 bis 60 Minuten“, sagt Ulf Tietge. „Wir machen bei Tisch für Drei eine starke Stunde – eben das, was man beim Gassgehen oder Joggen schafft.“

Einmal ist keinmal

Auf jeden Fall aber gilt: Mit einem einzelnen Podcast ist es nicht getan. Erst durch regelmäßiges Zuhören entsteht eine Beziehung zu den Sprechern. Und nicht jedes Thema ist für jedermann gerade interessant – im Verlauf ei-

ner Podcast-Staffel aber steigt die Wahrscheinlichkeit, für jeden Hörer etwas Interessantes anzubieten. „Mit der Hoeneß-Folge haben wir sehr viele Menschen erreicht, die sich dann auch ältere Episoden von Tisch für Drei angehört haben“, sagt Tietge. Und die Sendefrequenz? Kommt aufs Thema an. Eine Folge pro Monat sollte es schon sein – wer häufiger podcasten möchte, sollte vorher prüfen, ob der Rhythmus auf Dauer eingehalten werden kann.

Last, not least sollte ein Corporate Podcast in die Kommunikationsstrategie eines Unternehmens integriert sein. Der beste Podcast bleibt schließlich irrelevant, wenn niemand weiß, dass es ihn gibt. „Der Podcast muss Teil der digitalen Customer Journey sein“, sagt Ulf Tietge. „Er muss in die Website und in Social Media eingebunden sein und darf auch gern darüber hinaus beworben werden.“ Chefs Culinar bietet etwa in seinem Onlineshop Tisch-für-Drei-Merchandising an (vom Polo bis zum Hoodie) und hat mehrere Tausend Lkw-Fahrer des Unternehmens mit Tisch-für-Drei-Basecaps ausgestattet.

Boom ohne Ende

Fazit: Podcasts sind ein vielfältiges, aber bislang noch unterschätztes Medium für die Unternehmenskommunikation – auch, weil ein Ende des Podcast-Booms nicht in Sicht ist. Im Gegenteil: Einer Umfrage der Forschungsgruppe Goldmedia zufolge nutzen mehr als die Hälfte der Hörer Podcasts seit der Corona-Pandemie noch intensiver als zuvor. Kein Wunder, dass team tietge bereits weitere Podcasts in Planung hat. ■

marke. claim. lovebrand.

Der Unterschied zwischen Besserwisser und Bessermacher besteht aus nur vier Buchstaben. Aber die haben es in sich. Gerade, wenn es um Markenarbeit geht, ist doch klar: Ein schönes Logo allein reicht nicht mehr aus. Nirgends.

Wir arbeiten mit und für unsere Kunden daran, Marken authentisch erlebbar zu machen und sie emotional aufzuladen. Das leben wir mit unseren Eigenmarken wie #heimat und das gelingt uns als Dienstleister anspruchsvoller Kunden. Egal ob Start-up oder Großbetrieb, ob Bank oder Brauerei: Wir sind eben keine normale Agentur, sondern bieten **mehr als du erwartest!**



THE SHOW ~~MUST~~ GO ON! does!

Vom DJ mit Geschäftssinn zum Unternehmer mit einer Halle voll Equipment und wieder zurück in die Welt der Start-ups und Abenteurer: Maik Förster und seine Stage Concept GmbH haben ein wildes Jahr hinter sich. Aber eines mit Happy End

Ein Beitrag von Ulf Tietge

Maik Förster hat von Rheinau aus eines der erfolgreichsten Unternehmen für Events und Veranstaltungstechnik aufgebaut. Über Jahre ging es nur bergauf. Gigantische Konzerte und Festivals. Trucks voller Technik für Fernsehshows. Special Effects fürs Finale der Champions League. Die ganz großen Weihnachtsfeiern und Sommerfeste im Südwesten: Maik war immer dabei. Aus dem DJ von einst war ein Hidden Champi-

on geworden, den wir in Kalkül vor zwei Jahren vorstellten. Doch dann kam Corona – und auf einmal war alles anders. Wie es der Rheinauer Unternehmer mit seiner Frau Annika geschafft hat, sich neu zu erfinden und optimistisch zu bleiben, hat der Offenburger Journalist Ulf Tietge in Tagebuch-Form notiert und zeichnet so nach, wie sich das Digitalisierungs-Start-up-Abenteuer der Försters über mehr als ein Jahr hinweg entwickelt hat.



12. Februar 2020. Hubert Burda feiert seinen 80. Geburtstag. Mit großem Bahnhof natürlich. Rund 1000 Gäste dürfen dem Verleger persönlich gratulieren und das Badnerlied anstimmen – aber eigentlich ist es business as usual für die Event-Spezialisten von Stage Concept und MA Projekt. Viele Gäste. Viele Begegnungen. Viel gute Laune. Das Wort Social Distancing haben selbst die Chefredakteure des Verlegers noch nicht im Wortschatz. Und keiner ahnt, dass es auf lange Sicht die letzte Veranstaltung dieser Art sein wird...

14. Februar 2020. In Amsterdam trifft sich die Branche zur Fachmesse ISE. Die Integrated Systems Europe ist ein Pflichttermin für alle, die professionell mit Licht- und Videotechnik oder Hightech für Bühnen arbeiten. Aber: Die Chinesen kommen nicht. Das erste Mal seit Ewigkeiten. LG zieht zurück, bei Samsung steht nur eine Notbesetzung am Stand. Die Stimmung aber ist gut. Corona? Das wird schon nicht so schlimm. Da sind sich in Amsterdam alle einig.

15. Februar 2020. Die Rückfahrt von Amsterdam. Das Fehlen der Asiaten geht Maik nicht aus dem Sinn. Immer deutlicher wird: Da kommt was auf uns zu!

17. März 2020. Auf einmal hagelt es Verschiebungen. Was auch immer an Events für das zweite Quartal geplant ist,

Die neue Normalität

Der Stage Concept GmbH in Rheinau hat die Corona-Pandemie die Geschäftsgrundlage komplett entzogen. Inhaber Maik Förster aber hat sich neu erfunden – mit Livestreams und digitalen Events aus seinen eigens hierfür gebauten Studios

wird in Q3 verschoben. Die Behörden reagieren auf die chinesische Grippe mit Versammlungsverboten. Erst für Versammlungen mit 1000 Personen, dann 500, 100 – am Ende sind nicht einmal mehr Gruppen mit fünf Menschen erlaubt. Stage Concept hat noch eine ZDF-Produktion am Laufen, ein Event in der Schweiz steht noch an. Ob es dazu noch kommt?

25. März 2020. Die Hotels machen dicht. Lockdown. Das ZDF stoppt seine Produktion, die Schweizer verschieben auch. Das hat Methode. Denn wer absagt, der zahlt. Ausfallhonorar zum Beispiel. So hört man es zumindest allerorten. Für Stage Concept wird der April damit zum schlechtesten Monat aller Zeiten. Anstelle der üblichen 250000 Euro doniert der Umsatz auf null. Und da bleibt er...

1. April 2020. Das erste Teammeeting von Stage Concept via Zoom. Die Mitarbeiter sind in Kurzarbeit. Alle ahnen: Wir sind die Ersten, die schließen mussten. Und wir werden die Letzten sein, die wieder öffnen dürfen. Denn wie systemrelevant sind große Feiern? Oder Partys? „Wir sind Luxus“, sagt Maik Förster. „Ganz nüchtern betrachtet, braucht uns kein Mensch.“

15. April 2020. Das zweite Teammeeting via Zoom. Die Mitarbeiter wollen es so. Normalerweise trifft man sich nur einmal im Monat – aber was ist schon noch normal? Im Mittelpunkt des Meetings steht eine Frage von Maik: „Wenn live nicht möglich ist – was können wir noch?“ Irgendwann erzählt einer von Webinaren. Die hat man bei Stage Concept ja früher auch schon gestreamt: Wäre das was? Webinare streamen? Warum nicht? Vielleicht kann man ja ein Studio bauen und so wenigstens einen Teil des Millionen Euro teuren Equipments nutzen? Maik ist skeptisch. Aber: Er verspricht seiner Mannschaft, einen ersten Kunden zu suchen. Und wenn der gefunden ist, werde man es versuchen...

20. April 2020. Merkwürdige Gemütslage. „Es fühlt sich an, als fahre man in einen Tunnel und nirgendwo ist Licht“, sagt Maik. Und doch: Existenzängste hat er nicht. Irgendwas wird einem doch noch irgendwann einfallen – oder? >



Eine Halle voller Wer-braucht-das-schon?

Maik Förster steht auf Technik. Er kann sich begeistern für Moving Lights und Kameras, für guten Ton und tolle Bühnen – aber aktuell geht es eher darum, auf der ganzen Technik nicht sitzenzubleiben

› **27. April 2020.** Vorstandssitzung des Ortenauer Marketing-Clubs. Auch hier ist die Stimmung bescheiden, denn das Clubleben liegt am Boden. Die Vortragsveranstaltungen im gläsernen Penthouse vom Burda Tower: unmöglich. Mit seiner Idee vom Livestream rennt Maik in dieser Sitzung offene Türen ein. Damit ist der erste Kunde gefunden!

29. April 2020. Teammeeting bei Stage Concept. Die Pläne fürs Studio dürfen ausgearbeitet werden. „In meiner Vorstellung waren das zehn Quadratmeter“, sagt Maik. „Gerade genug Platz für einen Referenten und einen Moderator.“

3. Mai 2020. Das Team legt die ersten Pläne auf den Tisch. 300 Quadratmeter. Alles drin und dran, was sich im Lager finden lässt. Motto: Das Material ist doch da! Am Ende ist es Annika, die Maik überzeugt: „Lass es zu! Lass die Mitarbeiter machen!“

11. Mai 2020. Der erste Stream geht online. Klappt gleich gut. Muss aber auch. Denn Bürstner schaut zu und in den nächsten Tagen kommt der erste richtige Auftrag vom Wohnmobil-Hersteller. Auf in eine ganz andere Liga also...

26. Mai 2020. Um den Wohnwagen ins Studio zu bekommen, muss der Gabelstapler nachhelfen. Das Heck kommt sonst nicht um die Ecke. Wie gut, dass es die einzige echte Herausforderung bleibt. Denn alles andere – Technik, Licht, Ton, Kameras und Übertragung – läuft richtig gut und Bürstner ist mit seiner Fahrzeug-Präsentation happy. Die Ortenauer Livestream-Studios sind auf Sendung und Maik Förster hat wieder ein Business.

29. Juni 2020. Die erste Hybrid-Veranstaltung nach Pandemie-Regeln. Marc Marshall singt und Gerhard Volk kocht. Live vor Ort für 20 Gäste – aber via Livestream für 8000 Fans an den Bildschirmen. Das funktioniert also auch.

17. September 2020. Sechs Monate Pandemie; und der Lockdown ist fast vergessen. Die Gastro hat über den Sommer wieder geöffnet und dennoch ist in den vergangenen Wochen das Studio weiter perfektioniert worden. Technik für rund 550000 Euro ist zwischenzeitlich installiert, darunter eine ganze Phalanx an Moving Lights, diverse Video-Screens und gleich vier hochwertige Kameras. Bildregie, Tonregie, Lichtregie – alles hat seinen festen Platz. Auf Bürstner folgen der Badische Weinbauverband, die Volksbank, Christian Funk und seine e.optimum AG, die Badischen Stahlwerke und die Sparkasse. 3500 bis 5000 Euro kostet



Gestern und heute

Live-Konzerte vor echtem Publikum sind für Maik Förster und sein Team noch immer eine Herzensangelegenheit. Aber wenn der Prophet nicht zum Berg kommen kann, muss der Berg eben zum Propheten übertragen werden. Digital ist das machbar



die Studiomierte für einen Tag – das ist viel günstiger als das Equipment durch die Gegend zu fahren und irgendwo aufzubauen. Insofern wird immer deutlicher: Vielleicht sind die Livestreams gar kein Notprogramm, sondern Teil unserer Zukunft.

2. November 2020. Corona schlägt zurück. Die zweite Welle. Angela Merkel kommt mit dem Lockdown Light, dann mit einem wahren Marathon-Lockdown. Digitale Alternativen erobern immer mehr Bereiche des Alltags: virtuelle Weinproben, Koch- und Backkurse per Livestream, Geburtstage feiert man bei Zoom oder Teams. Bei Maik Förster gibt es erste Überlegungen für ein zweites Studio – denn das Feedback auf digitale Veranstaltungsformate wird immer besser. Die Volksbank überlegt, Vertreterversammlungen künftig nur noch online abzuhalten. Kein Schnitzel, kein Bier, keine Messehalle für mehrere Hundert Gäste – das spart einige Zehntausend Euro.

7. Dezember 2020. Es ist Zeit für Next Level Livestream. „Die Menschen wollen sich auch im Digitalen stärker vernet-

„Die Menschen wollen sich auch im Digitalen vernetzen. Aber dafür braucht es mehr als Teams oder Zoom bieten“

zen“, sagt Maik Förster und geht auf die Suche nach Alternativen zu Zoom, WebEx, Youtube und Co. Fündig wird er in London. Hopin heißt die Software. Entwickelt von einem Start-up, das seit 2019 förmlich explodiert ist. Aus drei Mitarbeitern 2019 sind 300 geworden. Denn Hopin macht all das möglich, was Livestreams richtig gut werden lässt: parallele Stages, Break-Out-Räume für die direkte Kommunikation, Videocalls und Chats parallel zum Event, Speed-Dating für Recruiter. Zudem entwickelt sich Hopin mit seinen Avataren zu einer Eventplattform, die mehr kann als nur Kongresse. Exklusive Konzerte, Ticketing und Payment – alles dabei.

14. Januar 2021. „Wir haben einen virtuellen Ärztekongress ermöglicht, ohne dass auch nur einer der Teilnehmer bei uns in Rheinau war. Alles virtuell – und noch nie so erfolgreich wie in diesem Jahr“, sagt Förster. „400 statt der sonst üblichen 100 Ärzte haben teilgenommen, und keiner musste ein Hotelzimmer oder einen Flug buchen. Mehr noch: Die brauchten nicht einmal ein Studio, sondern nur unser Know-how.“



Ende gut, alles gut ...

Annika und Maik Förster haben nach anderthalb Jahren Corona-Krise nicht nur unternehmerisch viel erreicht – sondern auch privat das Beste aus der Situation gemacht

„ALS ALLE DEN KOPF IN DEN SAND GESTECKT HABEN, HABEN WIR WAS MIT HAND UND FUSS PRODUZIERT!“

MAIK FÖRSTER ÜBER DIE
GEBURT SEINES ZWEITEN KINDES

› **8. Februar 2021.** Startschuss für den Bau des zweiten Studios. 40 Quadratmeter. Noch einmal 150.000 Euro Invest. Neue Kameras, neue Technik. Alles auf Fernseh-Niveau. „Wir haben viel gelernt“, sagt Maik Förster. „Ein guter Livestream ist eben doch anspruchsvoller als ein klassisches Industrie-Event. Du siehst am Schirm, ob es Event- oder Broadcast-Equipment ist.“ Ob das alte Business noch mal ein Revival feiert? „Schwer zu sagen“, meint Maik. Sommerfeste, Weihnachtsfeiern, Konzerte und so: Das wird wiederkommen. Aber: „Hybrid wird das neue Live. Kongresse, Tagungen, Seminare oder Produktvorstellungen: Bei Business-Veranstaltungen hat das Digitale viele Vorteile. Mit vielen Inhalten erreichst du per Livestream doppelt so viele Menschen und wenn du den Stream auch noch öffentlich ins Netz stellst, wirkt das wie ein Reichweiten-Boost.“

17. März 2021. Ein Jahr Corona. Von 20 Mitarbeitern sind 12 übrig. Aber: Beide Studios sind gut gebucht. Ein drittes bauen? In den vorhandenen Räumen von Stage Concept nicht möglich. Also erweitern? Eine schwere Entscheidung. „Wir leben in gesicherter Armut“, sagt Maik Förster. „Überbrückungshilfe I, II und III: Das haben wir alles bekommen. Antrag, Bescheid und Auszahlung liefen bei uns richtig gut und summieren sich auf eine hohe sechsstelligen Summe.“ Auch wenn für 2021 rund 100 digitale Veranstaltungen mit einem Umsatz von einer Million Euro geplant sind – verglichen mit der Zeit vor Corona ist das nicht einmal ein Viertel. Gleichzeitig stellen viele Firmen traditionelle Marketing-Ansätze auf den Prüfstand. Brauchen wir noch Messen? Es ging doch jetzt auch ohne! Und überhaupt: Wie misst man den Erfolg von Kommunikation? „Es wird nicht mehr so, wie es mal war“, sinniert Maik Förster. „Es wird anders. Auch gut. Aber anders. Fokussierter. Messbarer.“

15. April 2021. Ein Jahr nach dem Teammeeting mit der Studio-Idee. Zeit, Bilanz zu ziehen? „Ich bin wieder ein Startup“, sagt Maik Förster. „Und es macht echt Spaß! Man baut wieder etwas auf, ist aber viel erfahrener und entspannter als früher. Wir fangen wieder von vorn an – und ich glaube: Es wird gut!“ Später am Tag wird Maik Vater. Sohn Johann kommt zur Welt. Gesund und munter. Und Maik kommentiert: „Siehst du, als alle den Kopf in den Sand gesteckt haben, haben wir was mit Hand und Fuß produziert!“ ■



ZEITLOS SCHÖNE GEBÄUDE.

Bürofläche, Produktionsgebäude oder Lagerhalle – Wir bauen für die Marktführer von morgen. Erleben Sie Perfektion in Planung und Realisierung. Der FREYLER Konzepttag macht's möglich. Mehr unter www.freyler.de



**FREYLER
INDUSTRIEBAU**
Menschen bauen für Menschen

SCHÖNE NEUE WELT

Unser Autor Ulf Tietge geht die 20er-Jahre ziemlich desillusioniert an. Die bürokratische Lethargie, mit der Europa wie Deutschland durch die Corona-Krise geirrt sind, macht ihm insofern Sorgen als dass er fürchtet: Die wahre Krise kommt erst noch ...



So. Jetzt sind also anderthalb Jahre mit Corona geschafft. Und ja, hurra, wir leben noch. Das ist an sich ja schon mal eine gute Nachricht. Europa hat es geschafft, am Ende doch noch irgendwo Impfstoff herzubekommen und nach wie vor ist man an den Kapitalmärkten bereit, unserem Staat Kredit zu geben, damit dieses Geld im Bazooka-Stil durch irgend-ein Fenster geballert wird. Auch gut? Naja. Wird sich zeigen.

Wir in Deutschland hätten uns in der ersten Corona-Phase gut geschlagen, heißt es. Es gab weniger Infektionen, weniger Tote als in anderen Teilen der Welt. So weit, so gut. Tatsächlich aber haben wir schlicht und ergreifend Angst gehabt und uns wahnsinnig diszipliniert verhalten.

Dieser erste Sieg ist von den Menschen in diesem Land er-rungen worden – aber unsere Politiker haben ihn sich ans Revers geheftet, nur um dann in den nächsten Monaten eine so katastrophale Performance zu zeigen, dass man sich fragen muss, wo wir eigentlich sind. Masken? Hielt man lange nicht für nötig. Impfstoff beschaffen? Das sollen mal andere machen. Menschen in Pflegeheimen effektiv schützen? Später vielleicht. Vakzine aus China oder Russland? Muss man nicht einmal prüfen, die kann man arrogant belächeln, auch wenn in diesem Land nicht einmal mehr ein einziges Handy ohne chinesische Technik funktionieren würde. Oder denken Sie an Tests für Schulen und an eine Corona-App, die ihren Speicherplatz auch wert ist. Auch anderthalb Jahre nach Ausbruch der Corona-Pandemie hat unsere Regierung keinen Plan. Stattdessen wird munter diskutiert und abgewogen, was denn jetzt ungerechter ist: der kollektive Freiheitszug für alle oder eine temporäre Ungleichbehandlung von Menschen mit und ohne Antikörpern.

Millionen Menschen haben in den vergangenen Monaten das Vertrauen in unseren Staat und in die EU verloren. Modernere, pragmatischer agierende Staaten haben die Schwächen eines zusehends verkrusteten, selbstgefälligen und unfassbar langsamen Staates offenbart, in dem die Einzelfallgerechtigkeit mehr wiegt als das Gemeinwohl. Bestes Beispiel dafür ist die vollkommen unzureichende Corona-App: Dass Datenschutz in Deutschland im Zweifel wichtiger ist als Menschenleben – was für ein Wahnsinn.

Das Problem ist, dass in den nächsten Jahren noch viel schwieriger zu lösende Themen auf uns warten als ein Virus. Die Erderwärmung und die Zerstörung unseres Planeten zu stoppen, wird viel herausfordernder als einen Impfstoff zu entwickeln und zu verabreichen. Es wird die Kraft einer neuen Generation und ein anderes Mindset brauchen, um hier eine Chance zu haben. Vielleicht ist das durch Corona genügend Menschen klar geworden. Dann ändert sich unser Land, unser Kontinent vielleicht doch noch schnell genug. Ich wünsche es uns. ■



**LEITERPLATTEN &
EMBEDDING-LÖSUNGEN
MIT ZUKUNFT**



Nutzt Elektrizität. Speichert Abenteuer.

Der neue Taycan Cross Turismo. Soul, electrified.

Der Startschuss für Ihre elektrisierenden Abenteuer mit dem Taycan Cross Turismo fällt im Porsche Zentrum Offenburg. Wir stehen Ihnen mit #Herzblut zur Seite und freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme.

Porsche Zentrum Offenburg
Graf Hardenberg Sportwagen GmbH
Otto-Hahn-Straße 3
77652 Offenburg
Tel. +49 781 9202-911
www.porsche-offenburg.de

Taycan Turbo S Cross Turismo · Stromverbrauch (in kWh/100 km): kombiniert 29,4; CO₂-Emissionen (in g/km): kombiniert 0; Stand: 05/2021



PORSCHE