

KALKÜL

RECHT, STEUERN & FINANZEN: DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR DIE ORTENAU

10
JAHRE

AUSGABE 20 • SCHUTZGEBÜHR: 9,00 EURO

Die Bringman-Story

Offenburgs nächste große Einzelhandelsrevolution – oder doch ein One-Hit-Wonder?

Wie Sevdesk jetzt richtig durchstartet

OFFENBURGS EINHÖRNER

10
31

KATJA MACK UND DIE TALENT ACADEMY
ADDISON-BOSS STEFAN WAHLE IM INTERVIEW

16
40

GALERIST JOHANN HAEHLING VON LANZENAUER
NACHHALTIGKEIT IM KLINIKALLTAG

Digitale Buchhaltung? Einfach machen!

Sie fahren emissionsfrei zum Kunden, kaufen beim Bio-Bauern um die Ecke, aber die Buchhaltung lässt noch immer Bäume fallen, um Akten auf Papierbasis zu führen? Schluss damit! Erfahren Sie mit uns, wie Sie Ihr internes Rechnungswesen digitalisieren und eine rechtssichere Verfahrensdokumentation aufsetzen. Gut fürs Klima, schont Ressourcen, erspart Ihnen Ärger mit dem Fiskus und lohnt sich auch finanziell.

Buchen Sie jetzt Ihren Umsteiger-Workshop mit unseren Digitalisierungs-Experten. Egal ob Addison oder Datev: Wir zeigen Ihnen gern, wie Sie Ihr internes Rechnungswesen fit fürs 21. Jahrhundert machen. Weniger Aufwand, bessere Ergebnisse. Das geht!

Mehr dazu unter www.reisch-kunstle.de

EDITORIAL

Mit dieser Ausgabe feiern wir ganz leise Jubiläum. Vor zehn Jahren erschien die erste Ausgabe von Kalkül – mit einem Titelthema, das bis heute aktuell ist: die Suche nach Nachfolgern und warum dem Mittelstand in dieser Sache das Wasser bis zum Hals steht. Vererben, verkaufen oder verfallen lassen: Bis heute ist das ein spannendes Thema. Wenn Sie mal reinschauen möchten in das Heft von damals: Auf der Website reichskunstle.de gibt es ein Archiv mit allen alten Ausgaben.

In den zehn Jahren seit 2011 sind 20 Ausgaben erschienen. Als 2020 Corona über uns hereinbrach, haben wir ein fast fertiges Heft komplett umgeworfen – und uns ganz darauf konzentriert, wie man der Krise begegnen kann. 2018 berichteten wir exklusiv über Burdas neue Strategie und den schleichenden Bedeutungsverlust Offenburgs. 2015 feierten wir das Ende der Neid- beziehungsweise Erbschaftsteuer, interviewten dazu Finanzminister Wolfgang Schäuble und den späteren DFB-Präsidenten Fritz Keller. Und 2012 widmeten wir mit Blick auf den demografischen Wandel ein ganzes Heft dem Erfolgsfaktor Personal. Wie recht wir damit hatten, ist im Nachhinein fast erschreckend.

Schäuble, Keller und Burda: alle schon im Heft gewesen. Jetzt aber kommen die jungen Wilden: Katja, Marco und Fabian, David und der Fisch

In der neuen Ausgabe gibt es mit Fabian Silberer und Marco Reinbold nun ein Wiedersehen. Ganz am Anfang ihrer Karriere waren die beiden Sevdesk-Gründer bei einer Netzwerkveranstaltung von Kalkül dabei. Schon damals war ihre Idee

gut – aber keine Bank in der Regi-

on war willens und in der Lage, ein Start-up zu finanzieren. Regulatorik at its best – aber mit Happy End. Inzwischen sind die beiden mit Private Equity unterwegs und führen ein Unternehmen, das mit einem mittleren dreistelligen Millionenbetrag bewertet wird. Was die beiden nach der jüngsten Finanzierungsrunde vorhaben, haben sie uns im Exklusiv-Interview erläutert. Dass Fabian und Marco nicht die einzigen Visionäre in der Region sind, wird in dieser Aus-

gabe auch mehr als deutlich: bei Katja Mack und Johann Haehling von Lanzenauer, bei David Ghassemi und Sebastian „dem Fisch“ Fischinger geht es ebenfalls um große Pläne und um unsere Welt in den nächsten zehn Jahren. Klar ist nur: Es bleibt spannend!



Kalkül im Jahr 2011
Nachfolge als Titelthema

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 reichskunstle mit Sitz in Wolfach und Haslach

KALKÜL IMPRESSUM

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

Redaktion: Ulf Tietge (V.i.S.d.P.) | I. Rosebrock | P. Czelinski | B. Garms | V. Vogt | T. Glanzmann • Grafik: S. Hilberer | S. v. Hirschhausen | F. Dreher | S. Straub • Lektorat: Dr. Michael Sellhoff

Verlag: Tietge GmbH | Geschäftsführer: Ulf Tietge | Wilhelmstraße 31 · 77654 Offenburg | 0781/9197050 | 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

DIE UNICORN CONNECTION

50 Millionen Euro haben Marco Reinbold und Fabian Silberer für Sevdesk eingesammelt. Das Venture Capital soll in den nächsten zwei Jahren ausgegeben werden, um Offenburgs boomende Tax-Tech-Firma zum Einhorn zu machen – und reif für die Börse?

Ein Beitrag von Ulf Tietge

Digitale Buchhaltung – dafür steht Sevdesk seit der Gründung 2014. Damals programmierten Fabian Silberer und Marco Reinbold noch mit dem Laptop auf Mutters Bügelbrett im elterlichen Keller, heute hat sich ihr Start-up zu einer der erfolgreichsten Tax-Tech-Firmen im Südwesten entwickelt. Fast 200 Mitarbeiter arbeiten schon bei dem Offenburger SaaS-Start-up, jeden Monat sollen 20 weitere dazu kommen. Um das möglich zu machen, haben die Gründer jetzt eine Series-B-Finanzierungsrunde abgeschlossen und 50 Millionen Euro eingesammelt. Grund genug für uns, mal zu fragen, was die beiden mit ihrem Unicorn in spe denn noch alles vorhaben.

Männer, was macht man mit 50 Millionen Euro?

Fabian: Investieren natürlich! Aber zunächst haben wir einen ausführlichen Strategieprozess gestartet. Es war klar: Wir sitzen auf einer riesigen Chance. Denn es gibt fast sechs Millionen Selbst-

ständige und kleine Unternehmen in Deutschland, und von denen verwendet ein Großteil immer noch keine richtige Software fürs Rechnungswesen. Wir möchten dafür den Marktführer bauen. Beim Produkt haben wir noch viel vor uns, genau deshalb stecken wir das meiste Geld in die Software. Aber auch in unsere Mitarbeiter. Bis Ende 2022 werden wir weitere 200 Leute dazugewinnen.

Produkt bedeutet, dass Ihr in die Entwicklung investiert, die Übernahme von Wettbewerbern oder in Werbung, um zu wachsen?

Fabian: In erster Linie in das Produkt selbst. Wir entwickeln die Software weiter, wollen die Funktionalität erweitern. Das Ziel ist, eine wirklich vollständige Finanzsoftware zu werden. Es gibt ein paar Dinge, die wir diesbezüglich als nächstes angehen wollen, zum Beispiel den Bereich SuSa (*Summen und Salden, die Red.*). Andere zu übernehmen, macht für uns aktuell keinen Sinn.

Marco: Entwicklung bedeutet immer auch, in Menschen zu investieren. Vorhandene Mitarbeiter weiterentwickeln und besser machen, ►

**Viel vor**

Fabian Silberer (li.) und Marco Reinbold leiten mit Sevdesk eine der spannendsten Unternehmungen der Region. Mit 50 Millionen Euro sind Investoren eingestiegen, zusätzlichen Rückenwind gibt es durch den pandemiebedingten Mindshift in Sachen Digitalisierung



- › an bestimmten Stellen erfahrene Mitarbeiter dazuzuholen. Das alles immer vor dem Hintergrund, die Buchhaltungsfunktion für alle möglichen Nutzer-Profile – ob nun Dienstleister, Handwerker oder auch Online-Shops – so zu erweitern, dass es für alle passt und du deine Buchhaltung komplett über Sevdesk im Blick hast. Für uns sind Steuerberater dabei eine wichtige Zielgruppe. Denn es geht uns darum, dass der Mandant immer einfacher mit seinem Steuerberater zusammenarbeiten kann und man auf beiden Seiten Zeit und Nerven spart. Dazu kommen die angesprochenen Erweiterungen in alle Richtungen – seien es eigengebaute, sei es, dass wir die Lösungen von Partnern integrieren. Das sind die Felder, auf die wir uns als nächstes zubewegen.

Stichwort vollständige Finanzsoftware: Sind Datev und Addison damit auf lange Sicht noch Partner für Euch – oder Wettbewerber?

Fabian: Wir werden keine Buchhaltungssoftware für Steuerberater bauen, sondern sehen Datev und Addison ganz klar als Partner. In die Partnerschaft mit beiden investieren wir auch viel, bauen gerade die Schnittstelle zu Datev Unternehmen online und entwickeln konstant die Schnittstelle zu Addison OneClick weiter. Gewisse Funkti-

**„SUSA, BWA UND
ZUSAMMENFASSENDE
MELDUNG: DA WILL
DOCH NIEMAND DRAUF
WARTEN, BIS ES DER
STEUERBERATER
FERTIG HAT! DAS
BRAUCHT MAN LIVE!“**

GRÜNDER FABIAN SILBERER ÜBER SEVDESK
AUF DEM WEG ZUR KOMPLETTLÖSUNG



onen machen bei uns aber einfach Sinn, damit sie der Mandant selbst bei sich in der Übersicht hat: SuSa, BWA, zusammenfassende Meldung – da möchte kein Kunde darauf warten, bis es der Steuerberater fertig hat. Es ist doch viel besser, das alles in einer Live-Übersicht zu haben!

Ihr werbt im großen Stil, jeden Tag sieht man Sevdesk im Fernsehen. Worum geht es dabei? Der größte Anbieter zu werden? Die bekannteste Marke? Ganz nach dem Motto, dass sich in der Tech-Welt eben immer der am schnellsten wachsende Anbieter durchsetzt?

Fabian: Also zunächst einmal: Ja, wir wollen Marktführer werden. Und damit ist für uns klar: Wir wollen irgendwann mehr als eine Million Kunden haben. Das ist das Ziel für die nächsten fünf bis zehn Jahre, darauf arbeiten wir hin. Dafür müssen wir den Markt vorbereiten und das Thema bekannt machen: Dass es mit Sevdesk einfacher, übersichtlicher und schneller für den Unternehmer geht. Da gehören Werbung in TV und Radio einfach dazu.

Euer Ziel ist es, die laut Eigenwerbung „cleverste Buchhaltungs- und Finanzsoftware der Zukunft“ zu werden. Meint Ihr damit Deutschland oder denkt Ihr international?

Start-up mit Bodenhaftung

Sevdesk setzt voll auf den Standort Offenburg, sieht die Region als attraktiven Sweetspot für Talente aus ganz Deutschland. Welche Rolle dabei die Culture Ambassadors spielen, erläuterten Fabian und Marco unserem Autor und dem Start-up-Förderer Florian Künstle (u.r.), Partner bei reichskünstle in Wolfach

Marco: Zunächst einmal geht es um eine Million Kunden. Dieses Ziel können wir ohne Probleme im deutschsprachigen Markt erreichen, und deshalb liegt darauf auch unser Fokus. Österreich ist im Moment für uns der zweitwichtigste Markt. Dort investieren wir auch weiter. Alles, was danach kommt, müssen wir sehen. Mit fast sechs Millionen Selbstständigen in Deutschland ist der Markt hier fürs Erste groß genug. Deren Buchhaltung läuft bisher nur zu knapp acht Prozent via Cloud – da gibt es also noch genug zu tun.

Frankreich oder die USA sind für die 20er-Jahre gar kein Thema? Oder gibt es da vielleicht mit einem Partner die Chance, richtig durch die Decke zu gehen?

Marco: Ich möchte es natürlich nicht ausschließen, dafür sind wir jetzt einfach noch zu früh in den 20ern, aber darauf liegt mit Sicht auf die nächsten ein, zwei Jahre sicher nicht der Fokus.

Wie sieht das Carsten Thoma? Er ist neues Mitglied bei Euch im Beirat und seine Spezialität ist Skalierung.

Fabian: Zunächst mal: Wir sind super happy mit unseren neuen und unseren bestehenden Investoren. Und wir sind uns im Kern absolut einig: Wir können ein Milliarden-Unternehmen allein hier in Deutschland bauen. Klar nehmen wir Österreich noch gern mit dazu, aber es macht keinen Sinn, sich zu verzetteln.

Die Milliarde bezieht sich auf die Unternehmensbewertung, oder? Aber wie weit ist der Weg zum Unicorn noch? Wie hoch ist Sevdesk jetzt bewertet – oder einfacher gefragt: Wieviele Anteile gab's für die 50 Millionen?

Fabian: Den Unternehmenswert geben wir nicht preis. Aber: Marco und ich haben noch die Stimmmehrheit.

Wie hoch ist der Anteil derjenigen, die jetzt die 50 Millionen gebracht haben?

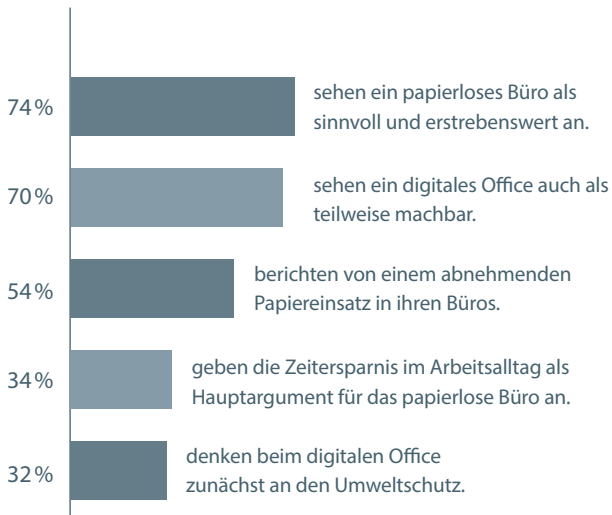
Fabian: Von den Kapitalanteilen her gehören unseren Investoren insgesamt 60 Prozent. Aber bei den Stimmanteilen sieht es anders aus.

Wann wird aus der Sevdesk GmbH eine AG?

Marco: Aktuell ist dies nicht unser primäres Zielbild. Wenn wir es irgendwo auf dem Weg zum Ziel, eine große Firma mit Mehrwert für viele Kunden und Steuerberater zu bauen, als sinnvoll erachten, werden wir das tun. Aber mit einem IPO die Glocke in Frankfurt zu läuten, ist für uns nicht die große Intention – sondern wenn, dann Mittel zum Zweck.

Digitalisierung in den Köpfen

In einer Studie von TNS Emnid (im Auftrag von Sage 2016) wurden 400 Büroangestellte zu ihrer Meinung zum digitalen Office befragt:



Quelle: TNS Emnid

› Aber es gibt doch keinen Private-Equity-Investor, der nicht von vornherein den Exit bedenkt.

Fabian: Klar ist: Investoren wollen irgendwann ihr Geld zurück. Wir haben unsere Investoren sehr gründlich selektiert und im diesjährigen Prozess mit mehr als 50 potenziellen Investoren gesprochen. Die Arena Holding haben wir unter anderem deshalb genommen, weil man dort sehr langfristig denkt. Da geht es nicht um Fünf-Jahres-Horizonte, sondern um zehn Jahre plus. Das gibt uns viel Ruhe. Exit-Szenarien, bei denen die Investoren ihr Geld vervielfachen können, gibt es danach zur Genüge. Eines könnte auch eine dritte Finanzierungsrunde sein. Auszuschließen ist ein Börsengang aber natürlich auch nicht.

Man hört, Sevdesk werde in Offenburg demnächst wieder umziehen. Die Stadt würde Euch, beziehungsweise der Hurtle-Gruppe, die dann für Euch bauen soll, ihr Filetstück geben: die Fläche hinter dem alten Schlachthaus.

Marco: Dazu können wir nichts sagen. Was wir wissen, ist nur: Wir werden in Offenburg bleiben und ein neues Headquarter finden. Wir beschäftigen inzwischen 15 Leute in HR (*Human Resources, die Red.*) und haben 30 Culture Ambassadors, die ganz wichtig sind für unsere Attraktivität als Arbeitgeber. Wenn wir neue Leute einstellen, haben unsere Culture Ambassadors den Culture Fit ebenso im Blick wie den Strategy Fit.



Als Start-up-Förderer der WRO-Initiative startUp.connect begleitet Wirtschaftsprüfer **Florian Künstle** den Weg von Sevdesk seit Jahren – und half immer wieder dabei, Türen zu öffnen ...

Warum soll Sevdesk langfristig in Offenburg bleiben?

Fabian: Wir kommen von hier. Unser Herz schlägt hier. Und wir haben hier mittlerweile 200 tolle Mitarbeiter gefunden. Wir haben mit diesem Ort einen Sweetspot für uns entdeckt, an dem wir viele Talente haben. Die Gegend wird oft unterschätzt. Wir haben noch nicht die großen Tech-Firmen hier, aber darauf arbeiten wir ja hin und investieren. Und wir haben unsere eigene Bodenständigkeit. In Kombination mit unseren Wachstumsambitionen ist das was wert. Denn wir wollen in der Zukunft hoch hinaus, aber auch die Balance halten, und hier bekommen wir das ganz gut hin. Zwischendurch gab es für uns schon mal die Verlockung, nach Berlin oder sonstwo zu gehen. Auch Investoren haben uns das vorgeschlagen. Mittlerweile sind wir uns aber sicher: Das Hier – das macht total Sinn für uns.

Marco: Wir arbeiten, wo andere Urlaub machen. Das zieht im Recruiting. Große Städte sind ja schön und gut, aber man sieht es mittlerweile auch bei den Jüngeren, dass viele wieder zurück aufs Land wollen. Wir haben Leute aus Köln, aus München, Hamburg und Berlin, die nur zu gerne hierher kommen.

Euer Recruiting läuft deutschlandweit und Ihr bringt die Leute hierher. Dennoch gilt auch für Euch: Der Arbeitsmarkt und auch der Wohnungsmarkt sind in der Ortenau eng. Einer, der aus Köln kommt, muss ja hier auch erstmal 'ne Bude finden.

Marco: Dabei kann man als Arbeitgeber ja glücklicherweise helfen. Wir bieten Relocation-Packages und bauen einen eigenen Pool mit Wohnungen für Mitarbeiter auf.

Fabian: Wir wollen einfach die Hürden senken, über die man springen muss, um hierher zu kommen. Aber es ist schon klar: Nächstes Jahr 200 Mitarbeiter einzustellen, ist ziemlich genau eine doppelt so große Herausforderung wie dieses Jahr. Da musst du kreativ werden. Übergangswohnungen für neue Mitarbeiter können dabei eine Lösung sein, damit sie zuerst hierher ziehen und dann sechs Monate Zeit haben, um sich eine Wohnung zu suchen.

Marco: Auch in zehn Jahren alle Mitarbeiter hier in Offenburg zu haben, wird schwierig. Denn da reden wir über deutlich mehr als 1000 Köpfe. Wir wollen aber alles, was möglich ist, hier in Offenburg zusammenbringen – einfach, weil wir glauben, dass ein starkes zentrales Team sehr viel wert ist. Aber wir werden mit Sicherheit in den nächsten Jahren darüber nachdenken müssen, ob wir bundesweit weitere Standorte eröffnen oder hier und da für ein bestimmtes Thema noch einen Hub haben. Aber dafür musst du auch nicht unbedingt nach München oder Berlin, das geht auch in Karlsruhe.

„UM NÄCHSTES JAHR 200 MITARBEITER EIN- ZUSTELLEN, MUSST DU KREATIV WERDEN: RELOCATION-PACKAGES, BOTSCHAFTER FÜR DIE FIRMENKULTUR UND WOHNUNGEN FÜR MITARBEITER...“

SEVDESK SETZT AUF OFFENBURG ALS
HEADQUARTER – UND REKRUTIERT BUNDESWEIT

Es gibt ein zweites großes Tech-Unternehmen hier in der Region, die Powercloud AG von Marco Beicht. Die gehen den Weg, sich einen großen Campus für ihre Mitarbeiter zu bauen, auf dem dann alle gemeinsam arbeiten und wohnen. Ist das für Euch auch ein Thema?

Fabian: Grundsätzlich ist ein Campus schon ein sehr interessantes Zielbild und in die Richtung denken wir auch. Wichtiger aber ist für uns die Innenstadtlage, die Nähe zum Bahnhof, eine gute ICE-Verbindung – das sind Kriterien, nach denen wir suchen. Dann können die Leute auch problemlos in der Oststadt wohnen, in Appenweier oder als Familie mit eigenem Haus in Oberschopfheim. Dass alle zusammen wohnen: muss nicht sein.

Marco: Im internen Firmenchat gibt es Channel für alle möglichen Sachen, von Mountainbike über Wandern bis Beachvolleyball oder Fußball. Das Geheimnis ist, dass die Leute Lust drauf haben, etwas miteinander zu machen, nicht dass ich sie dazu zwingen, aufeinanderzusitzen. Wir sagen: Macht gern was miteinander, wir sind dabei, aber wohnt, wo ihr Lust habt.

Also sind das Engagement als Arbeitgeber und die eigene Arbeitgebermarke wichtiger als der Standort an sich?

Fabian: Hier geht schon was. Aber wir positionieren uns ganz klar mit unserem Gesamtangebot: Wir wollen gut bezahlen, ein attraktives Angebot drumherum bieten, eine interessante Kombi aus Familie, Freunden, Freizeit und Integration und einfach ein geiles Unternehmen sein – mit einer großen Chance zum Lernen! ■

Ihr Unternehmenserfolg – unser Beitrag



Wir **ermöglichen** Ihnen

- Unternehmenserfolg und Entscheidungssicherheit
- Zeitgewinn bei Routinearbeiten
- Integration in Ihre Systemlandschaft
- Individuell und Standard zugleich

Wir sind **für Sie** da

- Erfahren und kompetent
- Unkompliziert und engagiert
- Alles aus einer Hand

**Testen
Sie uns!**

Tel.: 07141 914-0
Fax: 07141 914-92
E-Mail: addison@wolterskluwer.com
www.addison.de



ADDISON Mittelstand

Die Komplettlösung für das Rechnungs- und Personalwesen: flexibel, integriert oder modular. Hier finden Sie unsere Mittelstandsbroschüre als Leistungsübersicht der ADDISON-Software. Scannen Sie den QR-Code und sehen Sie selbst!

DIE VIELEN TALENTE DER KATJA MACK

In der Talent Academy in Rust werden Kinder gefördert – und Stars gefordert. Katja Mack ließ uns hinter die Kulissen blicken

Mutter und Macherin

Katja Mack ist ein Familienmensch mit großen Zielen. Wenn alles gut läuft, kriegt Rust dank ihr eines Tages vielleicht sogar eine Hochschule ...



Ein Interview von Ulf Tietge

Rendezvous mit Katja Mack in der Talent Academy des Europa-Park. In ihrer Akademie geht es um Musik, Akrobatik, Tanz und Kunst – eine Institution, die Kindern Spaß an Bewegung vermittelt und es ihnen ermöglicht, ihre Leidenschaft zu finden. Warum es für diesen Bereich Nehmerqualitäten braucht und welche Rolle Katja im Hause Mack spielt, verriet sie Herausgeber Ulf Tietge.

Katja, für viele Menschen bist Du die Tänzerin. Damit verbinden viele, dass Du schön und charmant bist – aber vielleicht nicht unbedingt eine Macherin. Was aber bist Du wirklich?

Ich sehe mich als kreativen Menschen sowie als liebende Mutter und Familienmensch. Die Tänzerin war ich mal und das ist ein Teil von mir: Als ich fünf war, stand ich zum ersten Mal auf der Bühne. Meine Eltern sind auch Künstler und das ist die Basis meines Werdegangs. Heute bin ich Diplom-Choreografin und Tanzpädagogin, habe in St. Petersburg studiert. Aber ich bin ehrgeizig und will immer noch mehr erreichen: Also bin ich nach Baden-Baden in die Euraka-Akademie und habe mich in die Eventbranche eingearbeitet.

Künstlerin und Kauffrau. Wie passt das zusammen?

Gut natürlich! Mein Vorteil ist: Ich kenne mich auf der Bühne aus. Und mich hat schon als Künstlerin immer interessiert, was dahintersteckt: Wie organisiert man eine Dinner-Show? Das Marketing? Die Personalplanung und die Gastronomie? Das alles habe ich im Studium und dann in den verschiedenen Abteilungen hier im Europa-Park lernen dürfen.

Gemeinhin unterstellt man, dass Künstler nicht gut rechnen oder sich nicht gut vermarkten könnten. Ist da was dran?

Ich glaube, es ist ganz individuell. Jeder Künstler ist anders und in jedem steckt sicherlich mehr, als es dem Betrachter von außen vielleicht scheinen mag. Die drei Jahre in der Euraka-Akademie haben mir eine neue Perspektive gegeben und Neues eröffnet. Auch meine Praktika in New Jersey/USA und Blackpool/England sind Erfahrungen, die mich prägen – unter anderem in der Sprache.

Apropos Sprachen. Stimmt es, dass Du mehr Sprachen sprichst als ich Finger habe?

Meine Muttersprache ist Russisch, aber da ich aus Kasachstan komme, habe ich auch Kasachisch gelernt. Außerdem spreche ich Italienisch, Deutsch, Englisch und bin dabei, Französisch zu lernen. Ich lerne aber noch etwas anderes: Gerade bin ich dabei, mein Fernstudium als Theaterregisseurin abzuschließen.

Was ist das große Ziel dahinter?

2014 habe ich die Talent Academy gegründet und 2015 das erste Event über die Bühne gebracht, bei dem ich zum allerersten Mal die ganze Show zusammengestellt habe. Für unsere Mitglieder organisieren wir inzwischen jedes Jahr Events. Und irgendwann kam

„KINDER SIND WIE BLUMEN. SIE BLÜHEN NICHT VON HEUTE AUF MORGEN – ABER MIT STETIGER ZUWENDUNG UND GUTEM INPUT“

KATJA MACK ÜBER DIE PHILOSOPHIE HINTER IHRER TALENT ACADEMY

ich dazu, ein Event für Nachwuchskünstler mit Ehrgeiz zu kreieren, die Talent Show. Dabei bekam ich ein Gespür für Theater und merkte, dass ich in dem Bereich noch Kompetenzen brauche. Also habe ich mich wieder eingeschrieben.

Und davon profitiert jetzt auch die Talent Academy?

Das Merkmal der Talent Academy mit seinen inzwischen 350 Kindern ist, dass wir reguläre Kurse haben, aber es eben immer zielorientiertes Training ist: Es gibt immer ein Event, es kommt immer eine Show – sei es Eiskunstlauf wie bei der Eröffnung der Eiskunsthalle in Pforzheim oder ein Event hier im Europa-Park. Die Kinder haben immer eine Perspektive und trainieren für etwas. Das ist es, was uns von anderen unterscheidet. Denn ich bin überzeugt: Kinder sind wie Blumen. Du kannst nicht erwarten, dass sie vom einen auf den anderen Tag blühen, aber mit stetiger Zuwendung und gutem Input erblühen sie irgendwann zu großer Kunst.

Und wo siehst Du Dich in 10 oder 20 Jahren?

Beim Europa-Park! Ich bin sehr mit dem Park verbunden und unendlich dankbar für die Möglichkeiten, die ich hier bekommen habe. Seit 2007 darf ich mich hier als Mensch und Mitarbeiter weiterentwickeln. Mein Mann Thomas, die Familie und der Ort haben mir immer so viel Unterstützung gegeben. Deshalb werde ich auch in zehn Jahren genau hier sein, als Founder und Head of Europa-Park Talent Academy und als Regisseurin der Showproduktionen im Europa-Park.

Ich stell' mir vor, dass man als Prinzessin im Königreich der Macks vor allem eine Aufgabe hat: die Dynastie weiterführen. Die nächste Generation in die Welt setzen. Das ist Dir ja auch gelungen. Aber ➤

**Katja Macks Talent Academy**

in Rust besuchen aktuell 350 Kinder aus der Region. Mehr als 100 Kurse wöchentlich stehen auf dem Programm, Anleitung und Inspiration gibt es von 40 Coaches

KATJA MACK

Katja Mack, 34, ist Gründerin und Leiterin der Talent Academy des Europa-Park, in der seit 2014 Kinder und Jugendliche Tanz, Akrobatik, Musik und Kunst für sich entdecken und in der professionelle Nachwuchskünstler praktisch wie theoretisch ausgebildet werden. Katja – seit 2013 die Frau des Diplom-Hoteliers und geschäftsführenden Gesellschafters des Europa-Park, Thomas Mack – ist so einen Weg selbst gegangen: Als Kind einer Künstlerfamilie in Kasachstan aufgewachsen, stand sie seit ihrem fünften Lebensjahr als Tänzerin auf der Bühne, studierte Choreografie und Tanzpädagogik in St. Petersburg sowie Event-Management in Baden-Baden.



› dann? Darfst Du mitarbeiten? Sollst Du? Musst Du?

Boah! Das Wort Prinzessin nimmst Du zurück! Das bin ich gar nicht! Denn ich sehe mich als Mitarbeiterin, ich denke unternehmerisch und es ist nicht so, dass alles vom Himmel fallen würde. Ich arbeite sehr gerne, gerade auch mit meinem Team. Wir sind hier in flachen Hierarchien strukturiert. Nur so können wir gemeinsam wachsen und die Institution nach vorne bringen.

Okay, das P-Wort nehm' ich zurück. Bleibt die Frage nach der Familienverfassung, die ja noch nie ein Außenstehender einsehen durfte. Die Familienverfassung besagt klar, dass Frauen im Unternehmen arbeiten und ihre Träume verwirklichen können. Es ist großartig, dass man hier als Mensch gesehen wird, der Träume verwirklichen kann.

Wann gibt es die erste Chefin an der Spitze des Europa-Park?

Ich bin doch keine Hellscherin. Aber ich bin froh, dass Ann-Kathrin jetzt schon dabei ist und wirklich wahrgenommen wird. Als starke Persönlichkeit bekommt sie Anerkennung in der Familie und Unterstützung von ihren Brüdern. Und Du darfst nicht vergessen: die Macks und der Europa-Park – das war nie eine One-Man-Show und es wird nie eine One-Woman-Show, sondern immer ein Familienunternehmen sein.

Deine Schwiegermutter Marianne und ihre Schwägerin Mauritia arbeiteten meist im Verborgenen. Sie kümmerten sich um die Familie, organisierten Charity-Geschichten und ließen ihre Männer gewähren. Du siehst Deine Rolle anders, oder?

Nein. Jede in der Familie sucht ihre Leidenschaft. Meine Schwiegermutter arbeitete immer fleißig im Hintergrund, ganz am Anfang auch mit ihrer Schwiegermutter an der Kasse. Während sie drei Kinder groß-

zog, fand sie in der Unterstützung anderer ihre Leidenschaft. Marianne und Mauritia haben mit ihrem sozialen Engagement viel erreicht. Und ich sehe mich nicht anders, ich habe nur eine andere Leidenschaft.

Ist das das Erfolgsgeheimnis der Macks – dass man in der Leidenschaft, die man hat, aufgeht und sich darin verwirklichen kann?

Ich glaube schon. Denn es bringt nichts, wenn ich irgendwo an der Kasse sitzen würde und das eigentlich gar nicht will. Die Talente, die du mitbringst, werden gefördert. Und das ist ja auch das, was ich in der Talent Academy mache.

Du führst ein Nachwuchsleistungszentrum für Artisten. Würdest Du Fußballer ausbilden, hieße es: Wow, was für eine wichtige Aufgabe! Die Nationalspieler von morgen! Bei Kultur dagegen ist das öffentliche Interesse vergleichsweise überschaubar ...

Kultur in Deutschland kann noch mehr gefördert werden. Wir gehen ganz bewusst auf die Schulen in der Region zu, bieten Projekte an. Wir wollen, dass Kinder in Berührung kommen mit Musikinstrumenten und Tanz. Instrumente spielen, tanzen oder malen: Das ist prägend für eine Persönlichkeit. Mein Ziel ist es, regional und vielleicht später auch über Austauschprojekte international Kinder zu erreichen. Auch über Social Media und Co. Die Kinder sollen Fragen stellen und entscheiden, in welche Richtung sie wachsen wollen. Vielleicht waren sie bei uns, haben an einem Workshop teilgenommen und suchen nun Institutionen in ihrer Region? Bei dieser Vernetzungsleistung helfen wir gern.

Ist die Talent Academy eher regional ausgerichtet oder international? Du wirst nicht alle Talente im Umkreis von Rust finden, oder?

Wir sind regional ausgerichtet. Unsere Teilnehmer kommen aus einem

Wenn Schüler in ihrer Freizeit keine Aktivitäten haben, sondern nur noch an der Spielkonsole sitzen oder stundenlang auf Social Media unterwegs sind, macht mir das Sorgen. Daher setzen wir uns gern ehrgeizig für die kulturelle Weiterbildung von Kindern ein. Dazu gehören auch die Wettkämpfe, die wir besuchen. Wer kann mit zehn schon sagen, er war ohne seine Eltern in Las Vegas? Ich möchte den Kindern diese Träume geben und will, dass sie groß träumen. Denn wenn man nicht träumt, lebt man nicht.

Was braucht es, um sich bei Dir in der Talent Academy durchzusetzen? Reicht Talent?

Talent reicht nicht. Die Talent Academy ist eine Institution, in der Talente entdeckt werden. Ein Kind kommt zu uns und weiß nicht, was es kann. Bei uns kann es sich dann quergehen ausprobieren: von Malen und Zeichnen bis Schlittschuhlaufen, Luftakrobatik, Tanzen, Hip-Hop. Mehr als 100 Angebote finden bei uns wöchentlich statt. Wir haben ein Team von 40 international ausgebildeten Trainern und versuchen, Leidenschaft und Feuer zu wecken. Das bedeutet auch Ehrgeiz, Fleiß, Disziplin, Teamfähigkeit. Deshalb sage ich ja: Wir prägen hier Persönlichkeiten. In der Community erleben die Kinder tolle Erfolge – aber auch mal Verluste. Jeder nimmt das anders auf. Der eine sagt, „ist egal“, beim anderen ist es ein Drama, wenn es kein erster Platz ist. Da sieht man die Persönlichkeiten und wir arbeiten daran, dass wir die Kinder zusammenwachsen lassen – als Community und als Family.

Was genau ist Deine Aufgabe als Leiterin der Talent Academy? Coachst Du? Siehst Du Talente? Verhandelst Du Verträge?

Ich weiß nicht, ob die Zeit reicht, das alles aufzuzählen. Aber grob gesagt suche ich uns immer neue Coaches, plane, wo wir hinwollen. Im Moment planen wir einen großen Relaunch. Gecoacht habe ich sieben Jahre lang im Bereich Contemporary Dance, habe jetzt aber eine Vertretung für mich gefunden. Leider Gottes muss man auch ein bisschen aussortieren und schauen, dass man alles unter einen Hut kriegt, da ich auch noch im Entertainment des Europa-Park tätig bin. Ich unterstütze die Showproduktionen, helfe mit bei der Künstlerauswahl und bringe meine kreativen Ideen ein.

Aber Du könntest noch mittanzen bei Shows?

Klaro!

Wie wichtig sind die Künstler für den Europa-Park? Wenn ich an meine Jungs denke: Die interessieren sich eher für die Fahrgeschäfte.

Das Entertainment spielt im Europa-Park insgesamt eine extrem wichtige Rolle. Man kann doch nicht die ganze Zeit nur Achterbahn fahren, sondern muss auch mal runterkommen. In den Shows erlebst du ganz unterschiedliche Gefühle: Freude, Erstaunen, Spannung, auch mal Gänsehaut. Aber in jedem Fall geben die Künstler dir frische Lebensenergie und sind ein Teil dessen, was der Europa-Park seinen Besuchern schenkt. Emotionen und Energie. Gute Gefühle, die man gern mit nach Hause nehmen darf!

Alles Dinge, die wir in den vergangenen zwei Jahren vermisst haben. Was glaubst Du: Finden wir zurück zur Kultur?

Ja. Es ist mit den Konzerten und der Kultur nicht anders als mit dem Restaurantbesuch. Das ist eine Zeit, auf die wir alle ganz, ganz lang gewartet haben. ■

Umkreis von 25 Kilometern. Die tagesaktuellen Kurse sind so gestaltet, dass sie kontinuierlich stattfinden. Dazu gibt es Workshops, die wir für Externe organisieren, die in den Ferien teilnehmen. Dann gibt es Projekte wie Broadway Dreams Camp: Da kommen die Leute aus New York, Celebrities aus den Broadway-Shows, Regisseure, Choreographen, Schauspieler, Sänger. Sie alle treten hier bei uns in Rust auf und coachen Teilnehmer aus allen Teilen der Welt. Wir hatten hier schon Gäste aus der Schweiz, aus Russland, der Ukraine, Brasilien und Neuseeland.

Werdet Ihr dann eines Tages so etwas wie ein Internat?

Wir streben nach einer Organisation, die staatliche Anerkennung bekommt, sodass wir hier auch wirklich Künstler ausbilden können. 2018 haben wir ein Pilotprojekt gestartet und hatten Studierende, die hier zwei Jahre Ausbildung in einer Privatinstitution machten. Sie hatten theoretische Erfahrung hier in der Talent Academy und praktische Erfahrung im Europa-Park auf den Bühnen.

Klingt nach einer staatlich anerkannten Hochschule für Kunst. Oder besser noch: Rust kriegt eine Uni – nicht schlecht!

Das ist aber alles noch nicht sicher. Wir arbeiten daran.

Du hast über die Bedeutung kultureller Bildung für die Persönlichkeitsentwicklung gesprochen. Aber welche Rolle spielt das in unserer Gesellschaft? Im Vorstellungsgespräch zählen Schulnoten, wer fragt denn noch, ob einer Gitarre oder Klavier spielen kann?

Wenn ein Unternehmer nur auf Noten schaut, finde ich das wirklich traurig, aber das ist nicht unser Thema. Wir machen uns Gedanken, wie wir Kinder unterstützen, damit sie sich vielfältig weiterentwickeln. Das hat etwas mit dem Thema Mindset zu tun.



KUNST & KÖNNER

Johann Haehling von Lanzenauer hat als Galerist Künstler groß gemacht, als gefeierter Markenmacher Konzerne beraten und den Arts & Nature Social Club gegründet. Jetzt hat er Berlin gegen ein Dorf im Elsass getauscht, wo wir ihn besucht haben



Ein Beitrag von Patrick Czelinski

Die Sonne taucht den Innenhof des alten Bauernhauses in ein warmes Spätsommerlicht, Vögel zwitschern ein Konzert. Auf der Hauptstraße, die das kleine Elsass-Nest Kauffenheim durchzieht, ist von Autoverkehr keine Spur.

Wir sitzen unterm Nussbaum und trinken Schraubkannen-Espresso. Irgendwie steht die Zeit still. Und genau dieses Gefühl ist es, das Johann Haehling von Lanzenauer und seine Frau Gianna in ihrem Haus der Zeiten (La Maison des Temps) schaffen wollen. Hier im ostfranzösischen Nirgendwo wollen sie Menschen zusammenführen, Kunst einen Raum geben und eine Plattform für die Veränderung der Welt zum Positiven schaffen.

Für das junge Ehepaar selbst ist es eine Rückkehr zu den eigenen Wurzeln. Die beiden haben das Leben im hektischen Berlin hinter sich gelassen, um sich im Elsass unweit der alten Heimat neu zu verwirklichen – denn Johann Haehling von Lanzenauer stammt aus Baden-Baden, seine Frau aus Offenburg. Das Haus der Zeiten ist aber nur eines der vielen Projekte des Tausendsassas Lanzenauer. Der 47-Jährige ist Unternehmer und Galerist – oder wie er es selbst beschreibt: „Ich mache Kunst, Kultur, Politik und Nachhaltigkeit – Politik aber eher im Sinne des Aktivismus.“ Geschichte kann er auch. Auf die Frage nach der Herkunft seines Nachnamens sind wir schnell bei Vorfahr Johann Haehling, der für Verdienste in der Völkerschlacht 1823 in den Adelsstand erhoben wurde und sich fortan ein „von Lanzenauer“ anhängen durfte.

Einfluss nehmen, um Wandel zu erzeugen

Lanzenauer junior hat mit der Kunst der Kriegsführung eher wenig zu tun. Er bezeichnet Kunst und Kultur als Vehikel, mit denen er Einfluss auf Politik und Wirtschaft nehmen kann, um Wandel zu erzeugen. „Ich mache einfach gerne Sachen“, sagt er. Bereits während des Studiums der Politikwissenschaften in Potsdam baute er eine Unternehmensberatung und Innovationsagentur auf, beriet renommierte Kunden wie Levi's Jeans, Chanel, Audi oder Nike und trieb als Creative Director den Wandel zahlreicher Marken voran – Opinion Leader Marketing, sagen die, die sich damit auskennen. Für Laien: aus Nischenprodukten Mainstream machen.

„Die Entwicklung von Trends kann man halt nicht aufhalten“, sagt er. Veränderung und Wandel, das sind immer die Kernthemen seines Agierens. „Die Menschheit muss sich neu erfinden und sich eigene Überlebensmodelle schaffen“, führt er aus. Das sei schlicht Evolution, nichts anderes. Den Wandel erzeugen und Strategien für die Zukunft entwickeln, dass will er auch mit dem von ihm gegründeten Arts & Nature Social Club erreichen. Hier möchte



JOHANN HAEHLING VON LANZENAUER

Der Unternehmer, Galerist und kreative Markenberater hat lange in Berlin und weltweit gelebt und gearbeitet. Sein jüngstes Projekt ist der Umbau eines alten Hofes zu einem Haus für Kunst, Kultur und Entspannung.

Lanzenauer wurde 1974 in Baden-Baden geboren und lebt heute im Elsass. Er ist mit der aus Offenburg stammenden Unternehmerin und Sportwissenschaftlerin Gianna Haebling von Lanzenauer verheiratet.

› Lanzenauer nicht nur die Lebensqualität, die ihm der Umgang mit Kunst und Künstlern schenkt, mit anderen teilen, sondern gleich die ganze Welt verändern. Ein Spinner? Keineswegs. Ein Macher!

Der ANSC ist Members Club, gemeinnützige Organisation und Business Network zugleich. Zu den prominenten Salon-Gästen gehören unter anderem Ex-Bundespräsident Christian Wulff, Klimaaktivistin Luisa Neubauer und die Band Frida Gold. Der Schwerpunkt des ANSC liegt darauf, Künstler, Wissenschaftler und Unternehmer zusammenzubringen und die Kernfrage der Zeit zu kultivieren: Wie können wir Menschen als Spezies wieder Strukturen schaffen, um auf dem Planeten weniger Schaden anzurichten, in Harmonie mit der Natur zu leben und das Leben mehr zu respektieren?

„Bei den Künstlern geht es viel um Philosophie und die Wahrnehmung der Welt“, sagt Lanzenauer. „Der Wissenschaftler unter-



sucht und schafft Fakten, der Unternehmer setzt sie um.“ Eine magische Mischung sei das, findet er. „Wir hängen doch sonst immer in denselben sozialen und professionellen Strukturen fest.“ Beim ANSC ist das anders – nach Berlin nun auch am Oberrhein. „Unlängst hatten wir den ersten Salon hier in der Region Baden mit 50 Gästen.“ Die Gründung eines eigenen Baden-Chapters soll folgen. Diskussionen, Vorträge, Kunst, Musik und gemeinsame Exkursionen – die Treffen des ANSC sollen inspirieren, zum Denken anregen und bei den Teilnehmern Impulse des Wandels geben, die diese schließlich in ihre Welten tragen.

Haus der Zeiten wird zum Künstlertreff

Bei dem Treffen in Kauffenheim profitierten die Teilnehmer erstmals von der Symbiose, die nun mit dem Haus der Zeiten entsteht. „Über den Sommer leben und arbeiten bei uns Künstler“,

Von Kunst umgeben

... fühlt sich Johann Haehling von Lanzener am wohlsten. In der alten Scheune seines Elsass-Hofs hat er eine temporäre Galerie geschaffen

erklärt Lanzener. Im August beendete eine großen Ausstellung im ehemaligen Ökonomiegebäude des Hofs, das Lanzener und seine Frau zum Showroom umgestaltet haben, dieses Projekt. So konnten die Künstler gleich am ANSC-Meeting teilnehmen, wo es „letztlich darum geht, Mitglied in einer Gesellschaft zu sein, die sich ganz konkret für etwas einsetzt – für Wandel und Nachhaltigkeit.“

Ein Öko-Apostel will er nicht sein

Und der Erfolg ist messbar. „Die Rückmeldungen sind toll! Nicht selten rufen mich Menschen an, die im Nachgang unserer Treffen bereit sind, ihre gesamte Ausrichtung zu ändern.“ So geschehen mit einem Musik-Unternehmer, der jetzt in nachhaltige Firmen investiert, die Elektrofahrräder bauen. „Natürlich schreibe ich mir das nicht alles auf meine Fahnen“, sagt Lanzener. „Aber einen gewissen Impuls dazu haben sicher wir gegeben.“ Er selbst verspürt vor allem eines: Dankbarkeit. „Mir ermöglicht dieses Projekt, wunderbar interessante Menschen kennenzulernen. Das ist ein Privileg.“ Ob die knapp 100 Mitglieder des ANSC ein elitärer Kreis sind? „Natürlich sind wir das“, sagt er. „Aber nicht, weil wir das sein wollen, sondern weil wir das sein müssen.“ Um Wandel zu schaffen, auch auf politischer Ebene, müsse man an die Menschen ran, die Einfluss haben. Auf dem Boden der Realität ist Lanzener trotzdem geblieben. „Ich tanke Kraft in der Spiritualität und der Natur, aber ich bin kein Öko-Apostel. Ich will Wandel durch Realismus“, sagt er und stellt die Espresso-Tasse ab. ■



Zwei, die's bringen

Sebastian Fischinger und David Ghassemi im Offenburger Freiraum, wo die Idee für Bringman während der Pandemie entstand – und dann auch laufen lernte

DER FREIRAUM FÜR NEUES

Vom Discoboy zum Clubchef, vom Corona-Opfer zum Software-Unternehmer: Die Geschichte von David Ghassemi und Sebastian Fischinger ist so schon umwerfend. Jetzt aber erobern die zwei Offenburger mit Bringman ganz Deutschland!

Ein Beitrag von Ulf Tietge

Alle vier Wochen ein neuer Markt. Die Ortenau, Freiburg, dann Karlsruhe. Im Dezember dann weiter den Rhein hoch, bis dann Ende 2022 das gesamte Geschäftsgebiet von Edeka Südwest mit Bringmännern gesegnet ist: Genau das ist die Mission von Sebastian Fischinger und David Ghassemi, den Gründern von Bringman, einem app-gestützten Einkaufs-Bring-Dienst aus Offenburg.

Was Gorillas mit seinen inzwischen mehr als 10 000 Angestellten in Berlin ist, das ist Bringman im Badischen – nur ein bisschen anders. Denn Bringman sieht sich nicht mit eigenen Hubs als Wettbewerber vom Lebensmittelhändler um die Ecke, sondern als dessen Partner. Die Märkte als Lager, die Bringmänner als offizieller

Lieferdienst von Deutschlands größtem Lebensmittelhändler, zwei Gründer mit Charisma: Genau so fangen Erfolgsgeschichten an.

Aber der Reihe nach: Sebastian und David kennen sich schon ewig. Früher waren sie Klassenkameraden, dann liefen sie sich im Offenburgener Nachtleben wieder über den Weg. 2003 war das. So gerade eben durften die beiden in die Clubs und verdienten sich als Eventfotografen ein paar Euro dazu. „Das war für Badenevents“, erinnert sich Sebastian. „Daraus ist später unter anderem Citystuff geworden.“ Doch nicht nur das. Badenevents entwickelte sich auch zu einer Art Mini-Facebook für den Südwesten und zählte zwischenzeitlich mehr als 100 000 Profile. Nachts Party, tagsüber Ausbildung: Sebastian ist Fachinformatiker für Systemintegration, David hat die

- › Grafik- und Design-Schule in Lahr als Grafikdesigner abgeschlossen. Beste Voraussetzungen für alles, was noch kommen sollte, aber das konnte Anfang der 2000er-Jahre noch keiner wissen. „Irgendwann haben wir angefangen, Partys für die Community von Badenevents zu organisieren“, erzählt David. 2009 stellten sie mit 8000 Gästen die größte Abi-Party Deutschlands auf die Beine und übernahmen dann gemeinsam mit David Kunz (Universal DOG) und Christian Kaufeisen von Reiff Medien die Verantwortung für den Nachfolger von Offenburgs altem Musikclub, dem OM.

Pachten, umbauen, laufen lassen

Die Clubkultur GmbH (E1) und die Eventkultur GmbH (Freiraum) gehören heute dem Offenburger Verleger Rouven Reiff, dem Nachtlebenkönig David Kunz sowie David und Sebastian. In dieser Konstellation entstand für rund zwei Millionen Euro das E1 wo früher das OM war – und der Freiraum im Erdgeschoss als Party-Location für Leute zwischen 25 und 35. „Das lief richtig gut“, sagt Sebastian. „Daher haben wir Schlag auf Schlag weitere Clubs übernommen: in Friedrichshafen, Lörrach und Rastatt. Immer nach dem gleichen Muster: Pachten, umbauen, einen Clubchef finden und laufen lassen.“

Klingt nach einem Vollzeitjob? Nicht für Fisch und den Perser, wie man sie in Offenburg nennt. „Es gibt da noch die Webkultur GmbH, unsere erste gemeinsame Firma“, sagt Sebastian. „Als IT-

„WIR WAREN TOTAL EUPHORISCH, HATTEN EIN TOLLES GEFÜHL – ABER DIE ERSTE VERSION IST VOLL GEFLOPPT!“

SEBASTIAN UND DAVID ÜBER DEN HOLPRIGEN START VON UND MIT BRINGMAN

Dienstleister betreuen wir da Arztpraxen in ganz Südbaden. IP-Telefonie, Netzwerk-Infrastruktur und so – IT ist halt meine Leidenschaft.“ Nebenbei ist in den Katakomben vom Freiraum noch eine Firma entstanden, die Agentur Online Punk. „Social Media haben wir für die Clubszene immer schon genutzt, ist doch klar“, sagt David. „Aber so richtig geflashed war ich nach dem Besuch bei OMR in Hamburg. Mega, was da geht!“ Nur logisch also, aus der für die Clubs gedachten Social-Media-Abteilung eine eigene



Gold für Silber. Ausgezeichnet zum weltbesten Pils!*

* Unter allen teilnehmenden Bieren der World Beer Awards 2020 in der Kategorie „Classic Pilsner“.



Firma (mit aktuell acht Mitarbeitern) zu machen, zumal es mit Lukas Hund praktischerweise auch gleich einen bestens geeigneten Geschäftsführer gab.

Und dann kam Corona...

So weit so gut. Aber dann kam Corona. „Ja. Bäm! Und schon war die Party vorbei“, sagt David. „Wir waren völlig geschockt. Weißt du: Wir hatten 200 Mini-Jobber im Pool und arbeiteten mit einer Gruppe junger IT-Experten gerade an einer neuen App für die Clubs. Aber wer braucht so etwas während einer Pandemie?“ Dass in den Nachrichten die Rede davon war, dass man vielleicht nicht einmal mehr einkaufen gehen könnte – oder sollte –, brachte dann eine neue Idee auf den Tisch: Bringman als app-gestützter Einkaufsservice. Die Idee vom Pizzaboten übersetzt auf die Welt der Supermärkte.

„Wir waren total euphorisch“, erinnert sich Sebastian. „Das war ein tolles Gefühl. Wir haben gespürt, dass wir etwas Großartiges erschaffen!“ „Nur hat uns keiner verstanden oder gewollt, als wir mit der App raus sind“, ergänzt David. „Wir hatten den ganzen Freiraum mit Tischen und Feldbetten vollgestellt, überall waren Rechner aufgebaut und wir lebten von Cola und Red Bull. Unsere Nerds lebten und arbeiteten hier – und dann floppt die Alpha-Version so brutal!“

Aufgeben? Nie! „Leider floppte die Beta-Version auch“, sagt Sebastian. „Ebenso wie die danach und der vierte Versuch.“ Doch in

dieser Situation kam den beiden Gründern ihr Netzwerk zugute. Der Lehrer Tüftler und Erfinder Fritz Frech hörte von Bringman, brachte Edeka ins Spiel, und weil David die Kontaktdaten von Edeka-Chef Rainer Huber hatte, schrieb er ihm einfach. Tenor: „Ich würde dir gern eine Idee vorstellen!“

„Ihr gebt Gas, wir unterstützen euch!“

Zu diesem Zeitpunkt steckten in Bringman schon weit mehr als 100 000 Euro. Privates Venture Capital. „Die Verantwortlichen der Edeka Südwest haben das Potenzial sofort erkannt“, sagt Sebastian. „Zack, ging die Tür in einen Konzern auf, und das hat alles verändert.“ Nur wenig später, am 1. Dezember, war die neue, Edeka-exklusive Version fertig, um als Pilotprojekt in der Ortenau zu starten. Der Auftrag der Handelsgenossenschaft: Gebt Gas, wir unterstützen euch! Über Reiff und weitere lokale Medien schaffte man die nötige Bekanntheit für den neuen Service – und schnell war man bei 800 Aufträgen pro Woche und einem Außenumsatz von 50 000 Euro. Wie gesagt: pro Woche.

„Wir haben trotzdem noch Fehler gemacht und Lehrgeld gezahlt“, sagt David. „Aber mit jeder Expansion werden wir besser.“ Anfangs hat man auf selbstständige Bringmänner gesetzt, heute sind alle als Mini-Jobber (mit 10,50 Euro pro Stunde plus Bonus und Trinkgeld) angestellt. Es gibt ein Senioren-Bestell-Telefon für Menschen, die nicht per App bestellen möchten. Man setzt auf E-Autos und ➤

DIE ORTENAU BRAUCHT SIE!

...als Fachkraft. Jetzt die Qualifizierungs-Angebote der Agentur für Arbeit nutzen! Gut für Arbeitnehmer und für Arbeitgeber. Denn wie könnte man besser Fachkräfte finden als durch Qualifizierung im eigenen Betrieb? Und die Arbeitsagentur beteiligt sich an den Lohnkosten. Selbst in Teilzeit. Sie merken: Wir finden eine Lösung! Also: Nix wie durchstarten! Dabei helfen wir gern!

Rufen Sie uns an:

Viktor Roller, Teamleiter Arbeitgeber-Service, Tel. 07 81 / 93 93 - 159



Wirbt für die Qualifizierung ungelerner Arbeitnehmer:
Theresia Denzer-Urschel,
Vorsitzende der Geschäftsführung,
Agentur für Arbeit Offenburg



Bundesagentur für Arbeit
Agentur für Arbeit Offenburg

www.arbeitsagentur.de



Nicht täuschen lassen!

So ruhig wie für unseren Fotografen bei diesem Bild lassen es Sebastian Fischinger (links) und David Ghassemi normalerweise nie angehen ...

- › Lastenfahrräder statt auf Verbrenner und stets auf einen Radius von zehn Minuten um den Supermarkt. Wie die Bringmänner aber die Ware aus dem örtlichen Supermarkt holen, wie dort abgerechnet wird, dass die Software die Auslieferungsrouten per KI optimiert, die Bestellungen bündelt und wie man mit dem Auftraggeber kommuniziert, wenn es einen bestimmten Artikel mal nicht gibt – all das gab es zu klären. Dass aber David und Sebastian währenddessen auch noch beide Papa werden – Respekt! Das muss man erstmal alles unter einen Hut kriegen!

Die neue Bewertung: zehn Millionen Euro

Mit einer handvoll IT-Studenten an Tischen im Freiraum ist all das nicht mehr zu stemmen. Muss aber auch nicht. Denn Bringman beschäftigt inzwischen nach eigenen Angaben 40 Mitarbeiter in der Entwicklung und im Backoffice sowie 200 angestellte Bringmänner, die sich um die Bestellungen kümmern. „In der Welt der Lieferdienste sind wir damit immer noch das kleine gallische Dorf – aber wir haben mit der Edeka als Partner so etwas wie den Zaubertrank“, sagt David. „Dem Kunden ist die Qualität der Produkte bekannt, er vertraut der Marke, unterstützt lokale Strukturen. Das sind alles wichtige Argumente!“ Während bei Gorillas viele Wa-

**„Unser nächstes
großes Ziel ist ein
dreistelliger
Millionenbetrag
Außenumsatz und
dass es Bringman
2023 in ganz
Deutschland gibt“**

renkörbe von Studenten bestellt werden und nur eine Tüte Chips oder einen Sixpack Bier enthalten, kaufen bei Bringman in erster Linie Familien ein. Entsprechend hoch ist der durchschnittliche Warenkorb. „Wir geben den Kassenbon mit ab, sind so komplett transparent und dann sind auch die 4,90 Euro Liefergebühr kein Thema mehr“, sagt David. „Auch den Vergleich mit Picnic scheuen wir nicht mehr. Die setzen aufs Milchmann-Prinzip, fahren feste Routen. Das ist wie Busfahren – Bringman dagegen ist wie Taxifahren oder nen Uber rufen.“ Nächster großer Vorteil der Offenburger: Das Sortiment umfasst bis zu 80000 Artikel – die Wettbewerber haben nicht einmal ein Zehntel zu bieten.

Lohn der Mühe: Eine Unternehmensbewertung von mehr als 10 Millionen Euro bei der jüngsten Finanzierungsrunde. Ein mittlerer zweistelliger Millionenbetrag soll es bis zur nächsten Runde im Frühjahr 2022 werden, und schon jetzt ist das rein operative Geschäft profitabel. „Unser eigentliches Ziel ist ein dreistelliger Millionenbetrag Außenumsatz im Jahr“, sagt David und zaubert noch ein As aus dem Ärmel. „Und mal gucken: Vielleicht gibt es bei Bringman künftig Drogerieartikel? Da laufen schon erste Gespräche mit potenziellen Partnern!“ ■



GROSSMANN
planen ■ einrichten

DAS ENDE DER ZETTELWIRTSCHAFT

Spätestens mit Corona starteten viele Unternehmen die Digitalisierung ihres Rechnungswesens. Nun gilt es, aus einem ersten Notbetrieb eine dauerhaft erfolgreiche Prozesssteuerung zu machen

Ein Beitrag von Florian Künstle

Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen und betrieblichen Abläufen beschäftigt die Wirtschaft bereits seit vielen Jahren. Vielen Unternehmen ist die Notwendigkeit, dieses Thema strukturiert und ganzheitlich anzugehen, durch die Zwangslage im Zuge der Pandemie schmerzhaft vor Augen geführt worden. Trotz alledem (oder gerade wegen der Einschränkungen durch die Pandemie) erfolgten die digitalen Transformationsprozesse in vielen Bereichen halbherzig oder überstürzt, es wurde im Frühjahr 2020 so gut es ging ein digitaler Notbetrieb eingerichtet. Im Zweifel bedeutete dies, dass unfassbare Mengen an Unterlagen gescannt wurden, um diese dann in digitaler Form ortsunabhängig bearbeiten zu können. Viele Unternehmen sind über diesen Notbetrieb trotz hoher anfänglicher Motivation leider nicht wirklich hinausgekommen, sei es durch die Kontaktbeschränkungen und mangelnde Verfügbarkeit von Mitarbeitern oder Dienstleistern vor Ort, sei es, weil es wichtigere Dinge gab. Das alles sind nachvollziehbare Gründe.

Gerade im Rechnungswesen sind jedoch weitreichende Digitalisierungen und Automatisierungen denkbar und möglich, die weit über den oben beschriebenen digitalen Notbetrieb hinausgehen können beziehungsweise aus unserer Sicht müssen. Digitales Arbeiten bedeutet sehr viel mehr als einen digitalen Datensatz, der auf Papier gedruckt wurde, aufwendig wieder per OCR-Erkennung auszulesen und in einen Datensatz zurückzutransferieren.

Gründe für die Digitalisierung des Rechnungswesens

Digitalisierung im internen und externen Rechnungswesen stellt einen ganz entscheidenden Erfolgsfaktor bei der digitalen Transformation von Unternehmen dar. Rechnungswesen, Finanz- und Controlling-Funktionen werden zunehmend digital – völlig unab- ➤



Schluss damit

Ordner suchen und jeden Vorgang x-fach ablegen? Wer betriebliche Prozesse sinnvoll planen, steuern und kontrollieren will, sollte die manuelle Arbeit dringend reduzieren



DER NEUE BESTSELLER – AB SOFORT ÜBERALL IM HANDEL

bei uns nur
29,80 Euro



DAS SCHWARZWÄLDER HEIMAT-BACKBUCH!

JETZT BESTELLEN UNTER
WWW.HEIMATBUDE.COM

VERSANDKOSTENFREI
BIS 1. DEZEMBER

Mini-Guglhupf mit Holunderblütensirup.
Feinste Rhabarber-Küchle. Klassische Hildabrötle.
Spekulatius-Tarte, Erdbeer-Lasagne und
diverse Kirsch-Torten:

Mit dem neuen Schwarzwald Reloaded
kriegst Du das alles gebacken!

- › hängig von der Unternehmensgröße und Branche. Die Automatisierung der internen Prozesse in diesen Bereichen ist ein zentrales Thema, das für ein Unternehmen weitreichende, sehr oft positive Effekte mit sich bringt. In allen bislang umgesetzten Projekten konnten erhebliche Verbesserungen der Produktivität, die Reduzierung von Fehlerquellen sowie die Verringerung von Abhängigkeiten und Engpässen erzielt werden.

Woran scheitert die Umsetzung?

Dass die Digitalisierung des Rechnungswesens sinnvoll und wünschenswert ist, ist hinlänglich bekannt und steht selten zur Diskussion. Das Problem in vielen Fällen liegt im Projektmanagement und der Umsetzung. Darüber hinaus fehlt oft der Mut und auch die interne personelle Kapazität in kleinen und mittleren Unternehmen, um diese „Operation am offenen Herzen“ tatsächlich durchzuführen. Darüber hinaus stellen die Digitalisierung und Automatisierung des internen und externen Rechnungswesens einen stetigen Prozess dar, bei dem immer wieder der bereits entwickelte Prozess auf die Funktionalität und Praktikabilität überprüft werden muss.

Dieses Problem ist uns seit geraumer Zeit bekannt, seit einigen Jahren beraten wir Mandanten in diese Richtung und unterstützen diese bei der Suche nach digitalen Lösungen und der Umsetzung von derartigen Umstellungsprojekten im internen und externen Rechnungswesen. Im Rahmen dessen können wir aus bereits realisierten und erfolgreich umgesetzten Projekten das notwendige Know-how einbringen und individuell für den jeweiligen Unternehmer anpassen.

Da wir als Unternehmer selbst hochgradig digital denken und die möglichen Vorteile sehen, haben wir uns im ersten Schritt überlegt, was die wesentlichen Erfolgsfaktoren und Problembereiche bei der konsequenten Umsetzung sein können. Vielfältige Systeme bei Mittelständlern, ein ganzes Sammelsurium an Insellösungen und individuelle Lösungen machen es oft auf den ersten Blick schwierig. „Never change a running system“ – dieser Satz ist noch immer weit verbreitet im Bereich Software im Allgemeinen und im Rechnungswesen im Speziellen. Es macht aber keinen Sinn, auf die optimale Lösung zu warten, diese wird es nicht geben. Natürlich will keiner eine komplett neue Softwareumgebung etablieren – das ist aber auch gar nicht nötig.

Erst analysieren, dann überzeugen

Im ersten Schritt hören wir zu und analysieren. Wir gehen in die jeweilige Rechnungswesen-Abteilung und verschaffen uns vor Ort einen Überblick über die eingesetzten Systeme, Geschäftsprozesse und Abläufe. Gibt es eine Verfahrensdokumentation, fordern wir diese zum Einstieg an. Gibt es diese noch nicht, ist es höchste Zeit, diese im Zuge des potenziellen Digitalisierungsprojektes parallel mitzuerstellen, um die gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen.

Jedoch stellt die Verfahrensdokumentation nicht nur eine gesetzliche Anforderung, sondern auch einen Mehrwert für den Unternehmer dar. Dort werden schließlich nicht nur für Externe die Geschäftsprozesse bis ins Detail analysiert, sondern auch für die interne Nutzung. Gerade aus einer solchen analytischen Perspekti-

ve heraus bekommt man Einblicke, die im gewohnten Alltag nicht aufkommen. Und nur auf diesem Weg können Prozesse und Abläufe geändert und dadurch optimiert werden.

In den allermeisten Fällen machen wir basierend auf den Erkenntnissen, die wir aus dem ersten Überblick gewonnen haben, einen Vorabcheck, um zu prüfen, wie reif die Systeme und vor allem auch die Menschen in den jeweiligen Rechnungswesen-Abteilungen und Unternehmen für die Digitalisierung sind. Meist gibt es Vorbehalte und Bedenken, die allerdings in vielen Fällen unbegründet sind und ausgeräumt werden können. Unser Ziel ist es, gleich in der frühen Phase der Projektdefinition eine Aufbruchsstimmung und Begeisterung bei den betroffenen Mitarbeitern und Unternehmen zu erzeugen, um dem Projekt den notwendigen Rückenwind zu verschaffen. Nur wenn die zukünftigen Anwender überzeugt sind vom digitalen Zukunftsprozess im Rechnungswesen und diesen zumindest mittragen, wird das Projekt ein Erfolg und gewinnt Akzeptanz.

Störfaktoren erkennen

Neben dem Status quo interessiert uns besonders, wie der Prozess in Zukunft grob aussehen soll. Oft hilft dabei eine Zusammenstellung der Störfaktoren am bisherigen Ablauf. Es ist immer wieder erstaunlich, wie vielfältig diese Störfaktoren sind und es stellt sich die Frage, wie so daran noch nie jemand etwas geändert hat.

Dabei ist für uns ganz zentral, dass gerade bei der Definition des Zukunftsprozesses kreativ und verrückt gedacht wird. Es geht eben nicht darum, einen analogen Prozess einfach zu digitalisieren. Die Kunst besteht darin, einen optimalen neuen Prozess unter Nutzung der vorhandenen oder noch zu etablierenden digitalen Lösungen zu schaffen. Dabei spielen Schnittstellen und Systeme eine wesentliche Rolle. Außerdem sollen die für die Finanzbuchhaltung benötigten Daten im Ideal- ›



„DER WEIT ÜBERWIEGENDE TEIL DER STEUERBERATER IN DEUTSCHLAND SETZT EINFACH NUR AUF DATEV. EINE ECHTE PRÜFUNG DER IDEALEN UMGEBUNG FÜR DEN EINZELNEN MANDANTEN IST SO DOCH GAR NICHT MÖGLICH!“

STEUERBERATER FLORIAN KÜNSTLE ÜBER
DIE FRAGE NACH DATEV ODER ADDISON

- › fall ein Nebenprodukt des neuen Ablaufs sein. Der Gedanke, dass „am Monatsende die Daten für die Buchhaltung zusammengetragen werden“, soll komplett aus den Gedächtnissen verschwinden.

Passt sich die Software dem Kunden an...

Wir haben in unserem Team speziell ausgebildete und erfahrene Digitalisierungsexperten, die ihr Handwerk verstehen und auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse bei Aufnahme der Geschäftsprozesse gleich den Mandantenvorgaben entsprechend einen groben digitalen Ablauf modellieren. Dabei liegt unser Fokus eindeutig auf dem Bereich Rechnungswesen, da wir dort die entsprechende Expertise haben. Darüber hinaus arbeiten wir an der Schnittstelle zur IT, also mit Systemhäusern, internen und externen Programmieren und Softwareanbietern zusammen, um die optimalen Anbindungen von vor- und nachgelagerten Systemen sowie Nebensystemen zu gewährleisten.

... oder der Kunde der Software

Ein erheblicher Vorteil für unsere Kunden ergibt sich aus der Tatsache, dass wir im Hinblick auf die Anbindung an ein professionelles

Fibussystem sowohl den Marktführer Datev als auch deren direkten Wettbewerb, Wolters Kluwer mit den Softwarelösungen Addison und 10it in unserer Kanzlei einsetzen und professionell nutzen. Das versetzt uns in die Situation, für jeden Mandanten das optimale System – je nach Anforderungsprofil als Selbstbucher oder als Schnittstelle zum Steuerberater oder als hybride Lösung – anbieten und umsetzen zu können.

Der ganz überwiegende Teil der Steuerberater in Deutschland setzt nur eine Lösung ein und muss die Kundensysteme mangels Alternativen (meist an Datev) anbinden. Eine echte Prüfung der idealen Variante kann somit nicht erfolgen, es muss Datev verkauft werden, um dem Kunden oder Mandanten überhaupt einen Vorschlag machen zu können. Dies kann, muss aber nicht immer zielführend sein. Wir sind der festen Überzeugung, dass eine derart zentrale Funktion im Unternehmen, wie sie das Rechnungswesen darstellt, eine kritische Auseinandersetzung mit verschiedenen Lösungen erfordert. Nehmen Sie in anderen Bereichen die erstbeste Lösung, ohne sich zu informieren oder nach Alternativen zu fragen? Wohl kaum. Diese Variabilität setzen wir konsequent zum Vorteil unserer Kunden ein, die ihr Rechnungswesen zusammen mit uns digitalisieren möchten.

Basierend auf der Analyse der eingesetzten Kundensysteme sowie der geplanten Situation nach erfolgter Digitalisierung prüfen wir, welches der beiden Systeme für den Fall am besten geeignet ist. Im Zweifel ist es uns sogar egal, welches System letztendlich den Zuschlag erhält, da wir ohnehin mit beiden bestens vertraut sind. Dadurch müssen wir nicht das Rechnungswesen des Mandanten an die Lösung angleichen, sondern suchen auf Basis der vorhandenen Struktur nach der besten Lösung – ein Umstand, der unseren Kunden Zeit und Geld spart und vor allem dazu führt, dass bestehende, funktionierende Systeme eingebunden und weiter genutzt werden können.

Dauerhafte Betreuung

Bei unseren Digitalisierungsprojekten ist es völlig unerheblich, ob bislang eine Zusammenarbeit mit uns erfolgt und ob der Kunde selbst bucht oder die Finanzbuchführung durch uns oder einen Kollegen erledigen lässt. Darüber hinaus stellen wir unsere Expertise im Bereich Digitalisierung auch bei Projekten für Kollegen zur Verfügung, die in der Umsetzung von Digitalisierungsprojekten nicht die erforderliche Erfahrung, Expertise oder Kapazität aufweisen. Ist ein Digitalisierungsprojekt abgeschlossen und das System „live“, stehen wir in vielen Fällen auch im Nachgang für alle Fragen rund um das Thema Digitalisierung des Rechnungswesens zur Verfügung. Neben Anwenderfragen betrifft dies in vielen Fällen auch die Fortentwicklung der bestehenden Systeme sowie die Anbindung und Implementierung zusätzlicher, neuer Lösungen. ■



Die Digitalisierung des Rechnungswesens ist ein bisweilen aufwendiger, aber unumgänglicher Schritt, weiß Steuerberater und Mit-Herausgeber **Florian Kunstle** von reischkünstle in Wolfach.

Autoreninfo



Der Digitalisierer

Stefan Wahle leitet als Geschäftsführer bei Wolters Kluwers Tax & Accounting Deutschland von Ludwigsburg aus unter anderem die Produktlinien Addison und Akte

MISTER MITEINANDER

Datev oder Addison? Für Addison-Boss Stefan Wahle ist das gar nicht mehr die Frage. Eher geht es darum, sich perfekt mit der boomenden Tax-Tech-Szene zu vernetzen und den Mittelstand auf seinem Weg zu mehr Digitalisierung und Automatisierung zu unterstützen

Ein Beitrag von Ulf Tietge

Digitize or die. Digitalisiert's euch – oder geht vor die Hunde. Ganz so krass würde sich Addison-Boss Stefan Wahle in Interviews vielleicht nicht äußern, aber im Grunde ist genau das die Marschrichtung, wenn künftig Steuerberater Mandanten nicht mehr betreuen, die in Sachen Digitalisierung von Rechnungswesen und Buchhaltung einfach zu sehr hinten dran sind. Wo Deutschland in diesem Bereich steht, mit welcher Strategie Addison unterwegs ist und ob All-in-One oder Best-of-Breed die bessere Strategie ist, verrät Wahle im Exklusiv-Interview mit Redaktionsleiter Ulf Tietge.

Herr Wahle, die großen Themen unserer Zeit sind Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Damit verbunden sind ein erheblicher Transformationsdruck und ein Mindset-Shift bei Geschäftsmodellen. Vor diesem Hintergrund würde ich gern wissen: Wo steht der deut-

sche Mittelstand bei der Digitalisierung seiner Buchhaltungs- und Rechnungswesenprozesse im internationalen Vergleich?

Im Großen und Ganzen stehen wir nicht schlecht da, aber es gibt sicher Märkte, die progressiver sind, wenn ich da an die Niederlande oder Skandinavien denke. Insgesamt haben wir in Deutschland einen hohen Organisations- und Standardisierungsgrad. Das hilft, solide Prozesse zu etablieren. Aber sehr hohe Standards, Stichworte wären hier die Kontenrahmen oder Auswertungsschemata, verzögern die Dinge eben auch.

Das klingt ein bisschen wie bei den Radio-Eriwan-Witzen: Im Prinzip ja, aber ...

Bisher stehen die wertschöpfenden Prozesse im Fokus der Digitalisierung – das ist prinzipiell richtig so. Dennoch gibt es viele Bereiche mit Nachholbedarf, denken Sie an ERP-Systeme, in denen ➤

- › die Daten nicht rund um die Uhr zur Verfügung stehen oder nach wie vor auf alten Beständen gearbeitet wird. Konsolidiert wird dann nicht gleich online, sondern erst im Nachgang – und das sorgt für sehr viel manuelle Arbeit. Da muss man dringend ansetzen.

Woran hakt es? Sind die Unternehmen nicht innovativ genug?

Oft fehlt es am Mindset, am Willen und am Fokus. Die Investition in technische Systeme ist nur eine Facette, Digitalisierung hat sehr viel mehr mit Ausbildung, Training und Transformation zu tun, mit Change-Management bei den Mittelständlern. Es geht doch darum, erst einmal zu vermeiden, bevor man automatisiert. Stattdessen werden heute noch viele Handschläge getan, die über Jahre antrainiert wurden, Unterlagen ausgedruckt, ordentlich abgeheftet. Dokumentenmanagementsysteme, mit denen man einen Workflow oder Genehmigungsprozesse völlig automatisiert fahren könnte, kommen noch nicht ausreichend zum Einsatz. Und mit einer modernen Gehaltsabrechnung wäre es auch nicht nötig, Gehaltsbriefe durch die Republik zu schicken – und dabei hunderte Tonnen CO₂ unnütz in die Luft zu blasen. Hier sind Training und ein neues Mindset nötig. Manchmal bedarf es auch neuer Mitarbeiter, die das digitale Mindset von den Schulen und Universitäten schon direkt mitbringen.

Welche Rolle spielt in diesem Bereich der Gesetzgeber?

Eine wesentliche! Je digitaler er Schnittstellen bietet, je digitaler die Verfahren sind, umso mehr treibt es auch den Mittelstand und die Steuerberatung per se an, diese zu adaptieren. Wir sind ein international tätiges Unternehmen und sehen, was in anderen Ländern möglich ist – eine Realtime-Umsatzsteuer zum Beispiel. In Italien gab es vor zwei Jahren eine deutliche Veränderung bei den Standards zur Rechnungslegung, getrieben vom politischen Willen zur Vermeidung von Steuerbetrug. Software-Anbieter sollten bei dem neuen Clearing-Verfahren dazu beitragen, eine komplette Transparenz über steuerlich relevante Zahlen, Daten und Fakten zu schaffen. Das alles ist vom Gesetzgeber angestoßen worden. In Deutschland hingegen sehen wir da Nachholbedarf. Die Mühlen drehen sich einfach sehr langsam. Wir werden sehen, wie sich das in der nächsten Legislaturperiode entwickelt.

Wie beginnt man die Umstellung auf digitales Rechnungswesen? Und was muss man dafür an Zeit oder Geld einplanen?

Es fängt mit dem Unternehmer an, der das unbedingt einfordert oder haben möchte. Wenn diese Entscheidungen getroffen sind, laufen die Evaluierungs- und Ausschreibungsprozesse. Da ist der Rat des Steuerberaters gefragt, der ja schon mit Systemen arbeitet und helfen kann, herauszufinden, welche Fragen das Unternehmen überhaupt an die Systeme hat. Wenn eine Entscheidung getroffen und die Software ausgewählt wurde, gibt es ein typisches Pflichtenheft. Das sind tausendfach erprobte Einführungen, da können viele Dinge konfiguriert werden. Unsere Leute kennen die Fragen der Mandanten und können so ein Projekt innerhalb weniger Wochen abschließen. Damit ist die neue Software da, aber noch nicht jeder Prozess implementiert...

Also fängt dann die Arbeit erst an?

Man darf nicht den Fehler machen, mit einer solchen Lösung all das eins zu eins nachzubilden, was früher manuell gemacht wurde. Eher geht es darum: Was ist das Ziel bei der Einführung dieser Software? Wie integrieren wir die in bestehende ERP-Systeme, vorhandene Hardware, Drucker, Scanner und Mandantenportale? Auf diese Integration muss man ein Augenmerk haben. Aber das lässt sich so zügig einführen, dass sich das innerhalb von einem Jahr amortisiert.

Ich wäre als Unternehmer sicher nicht gut beraten, alle bestehenden Systeme über Bord zu werfen, sondern sollte auch im Blick haben, womit meine Kunden oder Lieferanten arbeiten...

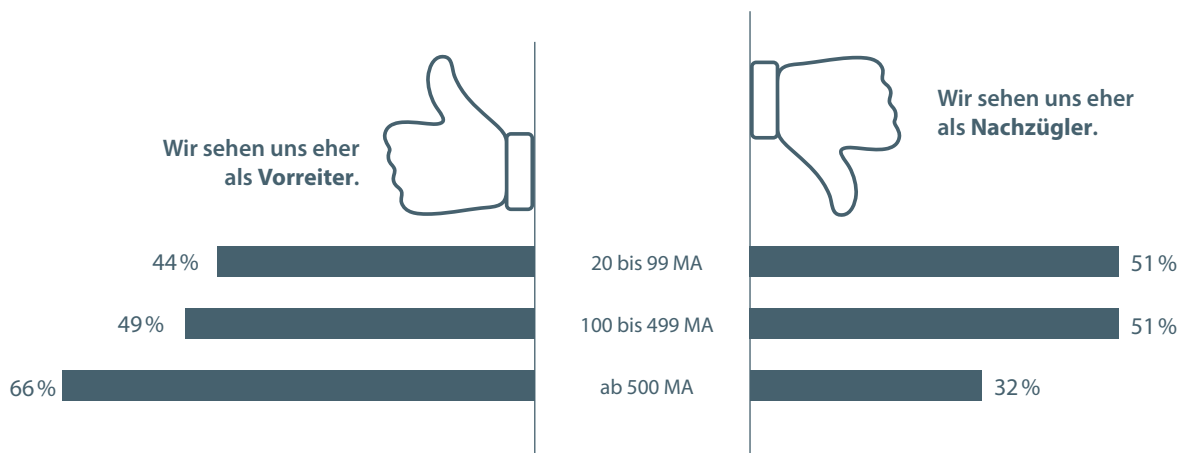
Genau. Wir müssen uns mit Addison an ein bestehendes ERP-System – zur Steuerung, Lagerung, für all die wertschöpfenden Prozesse – mit dem Buchführungssystem anflanschen. Und natürlich Schnittstellen bieten. Es ist ja nicht mehr so, dass der Mittelstand alles aus einer Hand kauft. Sondern dank vieler neuer Optionen aus dem Start-up-Bereich werden sogenannte Best-of-Breed-Lösungen überleben: Es wird für spezialisierte Aufgabenstellungen auch spezialisierte Anbieter geben, dadurch werden Schnittstellen, Allianzen und Partnerschaften zunehmend wichtiger. All das wollen wir mit Addison OneClick anbieten, wo in der Architektur vorhergesehen ist, alles in einem Ökosystem anbieten zu können.

**„OFT FEHLT ES AM
MINDSET, AM WILLEN
UND AM FOKUS. MEHR
ALS DIE TECHNISCHEN
SYSTEME STEHEN AUS-
BILDUNG UND TRAI-
NING IM FOKUS – ODER
MAN SETZT GLEICH AUF
NEUE MITARBEITER“**

STEFAN WAHLE ÜBER DIE GRÖSSTEN HÜRDEN, VOR DENEN
DIE DIGITALE TRANSFORMATION IN VIELEN BETRIEBEN STEHT

DIGITAL OFFICE: DEUTSCHER MITTELSTAND SIEHT SICH ALS NACHZÜGLER

Wo steht Ihr Unternehmen, wenn es um die Digitalisierung der Geschäftsprozesse geht?



Die Selbsteinschätzung des Mittelstands

Ob nun mit 20 bis 99 oder in Firmen mit fast 500 Mitarbeitern: Mehr als die Hälfte der Beschäftigten im deutschen Mittelstand sieht das eigene Unternehmen in Sachen Digitalisierung von Geschäftsprozessen kritisch

Basis: 502 Unternehmen in Deutschland ab 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
Quelle: Bitkom Research 2021

Manchmal hat man das Gefühl: Wir Deutschen sind ein bisschen von gestern. Wir verteidigen Bargeld, heften Kontoauszüge ab, schreiben Faxnummern auf Visitenkarten aus Papier und haben den Anschluss an eine digitale Finanzwelt mit Kryptowährungen oder marktbestimmenden Unternehmen wie Paypal verloren ... Oder bin ich da zu pessimistisch?

Ich beteilige mich nicht an dem Gejammer über die deutsche Wirtschaft – denken Sie nur mal daran, wie viele Patente im deutschen Mittelstand gehalten werden oder was jetzt auch an kreativer Szene entsteht. Und doch: Denkt man an Paypal oder die großen Namen aus dem Silicon Valley – da gibt es nichts Vergleichbares in Europa. Zu langsam, zu wenig Fördermittel für Start-ups, zu Risikoavers – diese Reputation hat Deutschland. Das verhindert natürlich, dass die ganz tollen Lösungen entstehen. Aber mit der Fin-Tech- und der Tax-Tech-Szene kommt in Deutschland jetzt etwas auf die Beine. Es gibt inzwischen die Start-ups mit Unicorn-Status, die eine Milliarde Euro Unternehmensbewertung erreicht haben.

Besser spät als nie – aber gut. Vielleicht wäre ein Anfang gemacht, wenn es in Deutschland ein einheitliches Rechnungsformat gäbe? ZUGFeRD hätte das Potenzial dafür – aber noch immer wissen nur die wenigsten, was das überhaupt ist ...

Das würden wir begrüßen und wir glauben, das müsste deutlich schneller installiert werden. 2020 ist ZUGFeRD für Rechnungen im Behördenzusammenhang eingeführt worden, aber der B2B- und B2C-Bereich ist noch nicht im Fokus. Der deutsche Gesetzgeber müsste nicht mal das Rad neu erfinden, sondern nur links und rechts schauen, was die anderen machen – das Beispiel Italien hat-

ten wir vorhin ja schon, die etwas Ähnliches eingeführt und nun erste Erfahrungen vorliegen haben. Wir versuchen, Initiativen in dieser Richtung nach vorne zu bringen, sind Anfang 2021 dem Institut für Digitalisierung im Steuerrecht beigetreten und nehmen eine aktive Rolle ein, um bestehende Prozesse zu hinterfragen.

Früher sprachen wir über das papierlose Büro – muss nicht die Zukunft dem personalfreien Büro gehören? Sprich: eine Art Autopilot für Finanzen?

Es wird alles automatisiert und digitalisiert, was sich automatisieren und digitalisieren lässt – gar keine Frage. Auch wenn es noch Jahre oder hier und da gar Jahrzehnte dauern wird. Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz wird zunehmen und zum Beispiel helfen, Korrektheit im Hintergrund zu überprüfen oder Compliance-Standards zu erfüllen. Wir glauben nicht an das personalfreie Büro, sondern sehr daran, dass viele manuelle Tätigkeiten, die im Mittelstand oder auch beim Steuerberater passieren, sich durch Maschinen automatisieren lassen.

Jetzt wird es Menschen geben, die gleich laut rufen: Halt! Stopp! Datenschutz! Was entgegnen Sie?

Auch wenn einem der Datenschutz auf den ersten Blick im Wege zu stehen scheint – wir sehen hier auch die Chancen. Für uns als globalen Anbieter hat die DSGVO als einheitliche Regelung für die EU durchaus Vorteile. An mancher Stelle ist man vielleicht übers Ziel hinausgeschossen und Anpassungen wären nötig. In der Summe aber ist Datenschutz gut für den Verbraucher und den Mittelstand – und für uns als Anbieter in allen Architekturentscheidungen schon

„DAS APP-ZEITALTER IST BEIM STEUERBERATER ANGEKOMMEN. DIE BELEGE SIND DIGITALISIERT, DIE BÜROS FREI VON ORDNERN – UND DIESE KANZLEIEN HABEN EINEN ENORMEN MANDANTENZUWACHS!“

ADDISON-BOSS STEFAN WAHLE ÜBER DIE BEDEUTUNG DER DIGITALISIERUNGSKOMPETENZ VON STEUERBERATERN

- › miteingebunden. Wenn ein Kunde wünscht, dass seine persönlichen und schützenswerten Daten gelöscht werden, dann tragen wir dazu bei, dies mit technischen Lösungen zu erreichen.

Alle großen Cloud-Dienste sind Amerikaner. Amazon, Paypal, Office 365 – die Wirtschaft kommt an diesen Diensten ungeachtet irgendwelcher DSGVO-Interpretationen nicht vorbei. Wie sieht Ihre Lösung für dieses Problem aus?

Auch hier hilft, dass die DSGVO EU-weit gilt und ein großer Marktraum entsteht. Die Amerikaner haben größtes Interesse an sicheren Lösungen – auch vor dem Hintergrund des Schrems-II-Urteils des EU-Gerichtshofs. Wir legen Wert darauf, und das ist auch unsere Empfehlung an den Mittelstand, bewusst in Deutschland gehostete Lösungen der Cloud-Anbieter zu wählen – zudem gibt es bei amerikanischen Anbietern die Möglichkeit, zusätzliche Sicherheitsbestimmungen zu vereinbaren. Interessant ist zudem, wie sich die EU dort insgesamt aufstellt. Sie haben sicherlich von der Gaia-x gehört – mit dieser Cloud-Initiative versuchen die Europäer, Lufthoheit

zu gewinnen und die Abhängigkeit von den Amerikanern weiter zu senken. Solche Initiativen unterstützen wir.

Wie gut funktioniert die Zusammenarbeit mit den Steuerberatern in Deutschland? Ist man sich einig, wo die Reise hingehen soll?

Wie auch im Mittelstand ist der Digitalisierungsstand bei den Steuerberatern unterschiedlich. Wir haben etwa 55 000 Kanzleien in Deutschland, viele kleine, aber auch viele unternehmerisch geführte mit hohem Digitalisierungsgrad und viel Know-how bei den Mitarbeitern, ausgestattet mit den richtigen technischen Systemen und Tools. Da ist das App-Zeitalter auch in der Steuerberatung angekommen: Die Belege sind digitalisiert, die Büros frei von Ordnern. All das sehen wir. Unsere Erfahrung ist, dass diese Kanzleien einen enormen Mandantenzuwachs haben und in der Luxussituation sind, auch mal Mandanten ablehnen zu können, wenn diese die Digitalisierung nicht gemeinsam angehen wollen.

Die Ultima Ratio.

Ja, und auch da sind wir uns einig mit den Steuerberatern. Unser Ziel ist, die Steuerberatung weiter zu digitalisieren und Vorschläge zu machen, wie man bestimmte Prozesse weiter optimieren kann. Damit könnten die manuellen Arbeiten in der Steuerberatung in den Hintergrund treten und es entsteht mehr Zeit für die wertschöpfenden Tätigkeiten – Beratung, auch der Start-up-Szene, sowie Unterstützung bei Compliance-Aufgaben, Fusionen und Geschäftsübernahmen.

Was dürfen Unternehmer von Addison in den nächsten Jahren erwarten? Oder sollte man besser schauen, was Start-ups wie Billbox, Sevdesk oder Getmyinvoice entwickeln, während Sie sich darauf konzentrieren, Werkzeuge für Steuerberater bereitzustellen?

Wir bieten eine Komplettlösung für den Mittelstand an – aber kein geschlossenes System, sondern offen in alle Richtungen. Die Szene ist sehr agil und alle neuen Systeme binden wir mit ein, etwa zur Erfassung der Finanzdaten, die direkt beim Mandanten

automatisiert laufen sollte. Wir sehen hier ein Miteinander und eine Co-Existenz von Start-ups und etablierten Anbietern wie uns. Zudem ist unsere Philosophie nicht, alles selbst zu machen. Eher wollen wir moderne Technologieunternehmen akquirieren. Aus Holland, Belgien oder Skandinavien haben wir in den vergangenen Jahren Lösungen hinzugekauft. Auch in Deutschland haben wir eine Longlist gebildet von Unternehmen, die wir gerne aufnehmen wollen. Dabei ist die Marschrichtung klar: Alles, was dicht am Jahresabschluss und an der Finanz-, Lohn- und Gehaltsbuchhaltung ist, ist Kern-Know-how im Unternehmen. Wo peripher davon Neues entsteht, setzen wir auf Partnerschaften und Allianzen. ■



Unser Autor Ulf Tietge hat Wirtschaftsmagazine wie Econo oder Business in Baden entwickelt und führt heute seinen eigenen Verlag in Offenburg. Kein Wunder also, dass er die Gefühlswelt von Entrepreneuren so gut einschätzen und beschreiben kann.

Autoreninfo

sem. boom. bang.

SEM steht für **Search Engine Marketing** und bezeichnet Marketingstrategien, die die Sichtbarkeit einer Website in den Ergebnisseiten von Suchmaschinen verbessern.

SEA (Suchmaschinenwerbung) ist ein Teilgebiet des Suchmaschinenmarketings und meint bezahlte Werbung bei Google. Diese werden über den organischen Suchergebnissen angezeigt und haben damit eine höhere Wahrscheinlichkeit geklickt zu werden.

Im Gegensatz zu E-Mail-Marketing oder Display-Werbung werden Kunden nicht ziellos mit Werbebotschaften bombardiert – stattdessen greift SEA dann, wenn der

Kunde einen konkreten Suchbegriff bei Google eingibt. Der Kunde ist also bereits daran interessiert, etwas zu kaufen – und empfindet passende Werbung daher eher als nützlich als andere Werbeformen. Das bedeutet für Dich und Dein Unternehmen: deutlich geringere Streuverluste.

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!**



team tietge.
MEHR ALS DU ERWARTEST!

PANDEMIE UND PARAGRAFEN

Noch immer ist Corona nicht aus der Welt, auch wenn sich das Leben inzwischen in vielen Bereichen im neuen Normal eingerichtet hat. Auch im Rechtsbereich haben sich viele Fragen rund um das Virus geklärt. Und: Neue Regelungen kommen und gehen

Ein Beitrag von Dr. Frank Wertheimer

Die COVID-19-Pandemie hat sich nicht nur auf das Privatleben der Bundesbürger ausgewirkt und nahezu alle Lebensbereiche beeinflusst, sondern auch die betriebliche Praxis verändert. Zahlreiche arbeitsrechtliche Fragen ergaben sich neu: Wer trägt das Lohnrisiko bei quarantänebedingtem Arbeitsausfall, haben Arbeitnehmer Anspruch auf Beschäftigung im Homeoffice und welche Auswirkungen hat die Pandemie auf Dienstreisen, insbesondere solche ins Ausland? Ob es um die Auswirkungen von Quarantäneanordnungen auf Urlaubsansprüche geht, Regelungen zur Kurzarbeit oder mögliche Sanktionen gegenüber Arbeitnehmern, die gegen Corona-Schutzvorschriften verstoßen – Gesetzgebung und Rechtsprechung haben zu diesen Fragen Antworten gefunden, die einiges klären, aber doch nicht alles befriedigend regeln konnten.

Die Pandemielage hat sich durch den Impffortschritt mittlerweile verändert, was zu einer gewissen Normalisierung der Lebens- und Arbeitsbedingungen geführt hat. Im Jahr 2020 vordringliche Probleme sind dadurch bedingt zum Teil in den Hintergrund getreten, neue Themen bestimmten und bestimmen in 2021 die Diskussionen. Wie kurzlebig neue Regelungen zum Teil sind, sei an drei Beispielen erläutert:

Im April 2021 ist das Vierte Gesetz zum Schutz der Bevölkerung bei einer epidemischen Lage von nationaler Tragweite in Kraft getreten, welches zu einigen Änderungen des Infektionsschutzgesetzes (IfSG) geführt hat. Für den Bereich des Arbeitsrechts ist hierbei vornehmlich die in § 28b Abs. 7 IfSG enthaltene Verpflichtung des Arbeitgebers relevant, dem Arbeitnehmer im Fall von Büroarbeit oder vergleichbaren Tätigkeiten anzubieten, diese in dessen Wohnung auszu-

führen, wenn keine zwingenden betriebsbedingten Gründe entgegenstehen. Nach der gesetzlichen Bestimmung „haben die Beschäftigten dieses Angebot anzunehmen, soweit ihrerseits keine Gründe entgegenstehen“. Einiges bleibt hier unklar: Verpflichtet die Regelung die Arbeitsvertragsparteien, den Arbeitsvertrag zu ändern, der eine Homeoffice-Tätigkeit nicht vorsieht oder wirkt sie als öffentlich-rechtliche Schutznorm unmittelbar und statuiert eine Pflicht des Arbeitnehmers, Büro- oder vergleichbare Tätigkeiten nur in seiner Wohnung zu erbringen, wenn dies aus zwingenden betrieblichen Gründen nicht ausgeschlossen ist? Muss der Arbeitnehmer seine Arbeitsleistung in seiner Wohnung erbringen oder wäre das auch an einem anderen Ort möglich, an dem mobiles Arbeiten, etwa wegen eines schnelleren Netzes, möglich wäre? Hiergegen spricht, dass die Bestimmung Kontaktreduzierungen bezweckt, um der Ausbreitung der Pandemie entgegenzuwirken. Bereits am 30. Juni 2021 ist die Bestimmung wieder außer Kraft getreten.

Ein zweites Thema: Seit dem 10. September 2021 gilt eine neue Corona-Arbeitsschutzverordnung. Nach deren § 5 hat der Arbeitgeber den Beschäftigten zu ermöglichen, sich

während der Arbeitszeit gegen COVID-19 impfen zu lassen. Dies bedeutet eine weitere Ausnahme vom Prinzip „ohne Arbeitsleistung keine Vergütung“; Arbeitnehmer können demnach während der Arbeitszeit zum Arzt gehen, um sich impfen zu lassen und behalten ihren vollen Entgeltanspruch. Wie lange diese Regelung gilt, bleibt abzuwarten, weil die Corona-Arbeitsschutzverordnung an die Dauer der epidemischen Lage gekoppelt wird und zunächst nur bis zum 24. November 2021 gilt. Man darf gespannt sein, was bei derzeit wieder stark steigenden Inzidenzzahlen und Hospitalisierungen an Regelungswerk folgt.



Rechtsanwalt **Dr. Frank Wertheimer** von KRAUSS-LAW berät Unternehmen, Kliniken, Geschäftsführer, Chefarzte und leitende Angestellte. Durch Corona stellten sich seinen Klienten besondere rechtliche Fragen.

Autoreninfo



Ein drittes aktuelles Themenfeld: Am 7. September 2021 hat der Bundestag beschlossen, dass Arbeitgeber von ihren Beschäftigten in Kitas, Schulen und Pflegeheimen Auskunft über eine Coronaimpfung oder eine Genesung verlangen können (vgl. § 36 Abs. 3 IfSG). Dies gilt allerdings nur dann, sofern (und solange) der Bundestag eine epidemische Lage von nationaler Tragweite festgestellt hat. Begründet wurde das Vorhaben in dem Antrag damit, dass in den betroffenen Einrichtungen „besonders vulnerable Personengruppen betreut werden oder untergebracht sind beziehungsweise aufgrund der räumlichen Nähe zahlreiche Menschen einem Infektionsrisiko ausgesetzt sind.“ Arbeitgeber könnten durch die Informationen die

Arbeitsorganisation so ausgestalten, „dass ein sachgerechter Einsatz des Personals möglich ist und gegebenenfalls entsprechende Hygienemaßnahmen treffen“. Die Daten sind direkt beim Beschäftigten zu erheben. Die Freiwilligkeit der Entscheidung über die Inanspruchnahme von Impfschutz bleibt hierdurch unberührt, auch wird außerhalb dieses Bereichs der verpflichtenden Angabe des Impfstatus gegenüber dem Arbeitgeber durch den Datenschutz derzeit (noch) eine Grenze gezogen.

Insgesamt aber zeigen die beispielhaft ausgewählten Regelungen, dass sie volatil, weil letztlich abhängig von der Weiterentwicklung der Pandemie, sind. ■

WEIHNACHTSFEST UND WEIHNACHTSGELD

Was Arbeitnehmer und Arbeitgeber wissen sollten: Dr. Stefan Krauss, Fachanwalt für Arbeitsrecht, erläutert die wichtigsten Fragen zum Weihnachtsgeld, der liebgewonnenen Sonderzahlung am Jahresende

Ein Beitrag von Dr. Stefan Krauss

1 MUSS DER ARBEITGEBER EIN WEIHNACHTSGELD BEZAHLEN?

Nicht automatisch! Einen gesetzlichen Anspruch auf Weihnachtsgeld gibt es nicht.

Enthält der Arbeitsvertrag eine Klausel, wonach der Arbeitgeber zusätzlich zur regelmäßigen Vergütung eine Sonderzahlung oder ein „13. Gehalt“ bezahlt, dann kann der Arbeitnehmer damit rechnen. Häufig ist in einem Tarifvertrag ein Anspruch auf eine sogenannte „betriebliche Sonderzahlung“ geregelt, die meint dann das Weihnachtsgeld.

2

WANN WIRD DAS WEIHNACHTSGELD AUSBEZAHLT?

Das hängt davon ab, was die Arbeits- oder Tarifvertragsparteien miteinander vereinbart haben.

Häufig ist die Auszahlung des Weihnachtsgelds zusammen mit der Vergütung für den Monat November vorgesehen. Manche Arbeitgeber überweisen das Weihnachtsgeld auch rechtzeitig zum Weihnachtsfest.

3

KANN MAN EIN WEIHNACHTSGELD AUCH OHNE VERTRAG VERLANGEN?

Das kommt darauf an, ob der Arbeitgeber in der Vergangenheit immer wieder eine solche Zahlung geleistet hat, ohne darauf hinzuweisen, dass es sich um eine rein freiwillige Leistung handelt.

Dann, wenn mehrfach und ohne einen entsprechenden Vorbehalt ein Weihnachtsgeld oder eine Sonderzahlung zum Jahresende bezahlt worden ist, kann eine sogenannte „betriebliche Übung“ entstehen, eine Art „Gewohnheitsrecht“ mit der Folge, dass der Arbeitnehmer auch in der Zukunft die Zahlung beanspruchen kann.

Tipp für Arbeitgeber: Weisen Sie bei der Auszahlung eines Weihnachtsgeldes ausdrücklich darauf hin, dass die Gewährung freiwillig erfolgt und mit der Maßgabe, dass hierauf auch bei wiederholter Zahlung kein Rechtsanspruch besteht.



4

WIE HOCH IST DENN DAS WEIHNACHTSGELD?

Hier gibt es keine zwingenden Vorgaben. Oft hängt die Höhe der Sonderzahlung davon ab, wie lange der Arbeitnehmer schon bei seinem Arbeitgeber beschäftigt ist.

Je länger die Betriebstreue andauert, desto höher kann das Weihnachtsgeld ausfallen. Und andersherum: Wer erst ganz kurz dabei ist, hat unter Umständen gar keinen oder nur einen geringeren Anspruch auf ein Weihnachtsgeld – wenn eine vertragliche Regelung dazu überhaupt existiert. Möglich sind auch individuelle Abstufungen, z. B. für Arbeitnehmer mit Familie und Alleinstehende. Nicht erlaubt sind Unterschiede ohne jeden sachlichen Grund. Die Kürzung einer solchen Sonderzahlung bei häufiger Krankheit des Arbeitnehmers kann zulässig sein. Die Regeln dazu stellt der Arbeitgeber auf.

Tipp für Arbeitgeber: Sofern in den Arbeits- oder Tarifverträgen nichts dazu geregelt ist, sollte stets ein individueller Betrag in unterschiedlicher Höhe bezahlt werden, um einen Anspruch auf ein bestimmtes Weihnachtsgeld nicht aus „Gewohnheitsrecht“ entstehen zu lassen.

5

MÜSSEN AUF DAS WEIHNACHTSGELD STEUERN UND SOZIALVERSICHERUNGSBEITRÄGE BEZAHLT WERDEN?

Ja, denn Weihnachtsgeld ist Lohn bzw. Einkommen und damit voll steuerpflichtig.

Und die Arbeitnehmer, deren Gesamtjahreseinkommen unterhalb der Beitragsbemessungsgrenze (58 050 Euro im Jahr 2021) liegt, bezahlen auf die Sonderzahlung Beiträge zur Kranken- und Rentenversicherung – wie der Arbeitgeber auch.

Tipp für Arbeitgeber: Versuchen Sie nicht, die Steuer- und Sozialversicherungspflicht dadurch zu vermeiden, dass Sie die Sonderzahlung im Jahr 2021 „Corona-Prämie“ nennen, wenn Sie in der Vergangenheit zum selben Zeitpunkt eine Sonderzahlung geleistet haben. Eine steuer- und sozialversicherungsbeitragsfreie „Corona-Prämie“ ist nur dann zulässig, wenn Sie aus Anlass der Belastungen, die mit der Pandemie für die Arbeitnehmer entstanden sind, bezahlt wird. Eine Zahlung anstelle eines Weihnachtsgelds ist nicht erlaubt.

6

DARF MAN DAS WEIHNACHTSGELD BEHALTEN, WENN MAN NACH DESSEN ERHALT KÜNDIGT?

Hier hat die Rechtsprechung Grenzen gebildet:

Ein Weihnachtsgeld von Hundert Euro kann nicht zurückgefordert werden, bei einem Weihnachtsgeld, das weniger als ein Bruttomonatsgehalt beträgt, darf der Arbeitgeber es zurückfordern, wenn der Arbeitnehmer bis zum 31.3. des Folgejahres ausscheidet. Ein Weihnachtsgeld von mehr als einem Bruttomonatsgehalt kann unter Umständen auch eine längere Rückzahlungspflicht mit sich bringen, jedenfalls dann, wenn es im Vertrag so geregelt ist und der Mitarbeiter selbst gekündigt hat.

Tipp für Arbeitgeber: Nehmen Sie in Ihre Arbeitsverträge solche Stichtagsklauseln auf, wenn Sie auch die zukünftige Mitarbeit Ihrer Arbeitnehmer sicherstellen wollen. Wer etwas zurückbezahlen muss, überlegt sich eine Kündigung zweimal!



Der Lahrer Wirtschaftsjurist und Fachanwalt für Arbeitsrecht **Dr. Stefan Krauss** von KRAUSS-LAW berät seine Mandanten in klaren Worten zu allen Fragen im Verhältnis von Arbeitgebern und Angestellten – und kommt dabei auf den Punkt, auf den es ankommt.

Autoreninfo



Diagnose: ungesund!

Deutschlands Medizinsektor hat ein Umweltproblem. Alte Gebäude, zu viele Single-Use-Materialien und fehlendes Geld sorgen für enorme Umweltbelastungen

GRÜNE KRANKENHÄUSER

Ein ökologisch nachhaltigerer Klinikbetrieb, der zugleich Kosten spart? Das geht, sagt Markus Loh von der Freiburger Viamedica-Stiftung. Doch der grüne Weg erfordert viel Geduld und ein breites Engagement

Ein Beitrag von Imke Rosebrock

Volle Power im Tomographen, Eiskälte für die Medikamente und sporenfreie Luft im OP. Während sich im Müll die gebrauchten Handschuhe, Schläuche, Spritzen und Co türmen... Alles zum Wohle der Patienten – doch zum Nachteil für die Umwelt: Der Gesundheitssektor ist mit seinem Energieverbrauch entlang der gesamten Lieferkette für 4,4 Prozent der weltweiten CO₂-Emissionen verantwortlich, so das Ergebnis einer Studie der internationalen NGO Health Care Without Harm. „Wäre der Gesundheitssektor ein Land, wäre er der fünftgrößte Emittent der Welt“, so die Berechnung der Autoren.

Auch die hiesigen Kliniken stecken in einem Dilemma: Wie lassen sich Nachhaltigkeit, Ressourcen- und Umweltschutz mit einer Patientenversorgung vereinbaren, die zunehmend aufwendiger wird und auf den breiten Einsatz von Hochleistungstechnik und Verbrauchsmaterialien setzt? Und wo Wirtschaftlichkeitszwänge und Personalmangel teuren und zeitaufwendigen Maßnahmen im Wege stehen? Mit ausdauernder Aufklärungsarbeit – so könnte man zumindest den Ansatz von Viamedica beschreiben, einer Freiburger Stiftung, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, Kliniken in Sachen Nachhaltigkeit zu beraten und Projekte zum Klimaschutz und zu schonender Ressourcennutzung auf den Weg zu bringen.

„Wir wollen zeigen, dass auch im Krankenhaus Ökologie und Ökonomie vereinbar sind, ohne dass Patienten deswegen weniger gut versorgt würden“, sagt Markus Loh, Projektleiter von Viamedica, die ihren Sitz im Institut für Infektionsprävention und Krankenhaushygiene am Uniklinikum Freiburg hat. „Ein ökologischer Demonstrationsbau“, wie Loh erklärt. Unter Nutzung von Sonnenenergie, Erdwärme und -kälte beheizt und klimatisiert, zeigt das Gebäude, was bautechnisch so alles möglich ist. Doch in den meisten, oft in die Jahre gekommenen Kliniken in Deutschland sieht die energetische Realität eher düster aus.

„Es gibt Berechnungen, wonach ein einzelnes Krankenhausbett pro Jahr im Durchschnitt so viel Energie verbraucht wie vier neuere Einfamilienhäuser“, berichtet Loh.

Kliniken im Blindflug

Um in Bestandsbauten Energieeinsparpotenziale zu identifizieren, hat die Stiftung einen spezifischen Energiecheck für Kliniken ins Leben gerufen. „Die Begutachtung ist sehr detailreich und aufwendig“, beschreibt Markus Loh das Verfahren. Ingenieure prüfen dabei jedes Gewerk – zum Beispiel Heizung, Druckluft, Kälte – und erstellen eine Potenzialanalyse. Auch eine Wirtschaftlichkeitsbetrachtung der empfohlenen Maßnahmen gehöre mit zu diesem Klinergie Check, sagt Loh. „Wir stellen fest, dass manche Krankenhäuser geradezu im Blindflug unterwegs sind, was ihren Energieverbrauch angeht“, berichtet er.

Ein typisches Problem: Leckagen. Bleiben tropfende Wasserhähne oder undichte Anschlüsse für medizinische Gase über einen längeren Zeitraum unentdeckt, summieren sich die wirtschaftlichen Verluste schnell zu beachtlichen Beträgen.

„Um die Energiefresser schneller zu finden, wären deutlich mehr Wasser- und Stromzähler in den Gebäuden nötig, als das bisher der Fall ist“, sagt Loh. Seine Empfehlung: der Einbau moderner

Energiemanagementsysteme, die Regler und Uhren regelmäßig und automatisiert prüfen. „Das kostet natürlich, rechnet sich aber sehr bald, weil die Einsparpotenziale groß sind.“ Auch die Kosten für Einbau und Betrieb neuer Heiz- oder Kühlsysteme ließen sich durch diverse Pachtmodelle mit Energieerzeugern heutzutage ganz anders kalkulieren als früher.

Der Weg zum Green Hospital scheint mühselig, wenn man Markus Loh so zuhört. Die Fragen gehen ins kleinste Detail: Wo etwa kommen die Einmalprodukte her, unter welchen Bedingungen wurden sie produziert? Ist das Einmal-OP-Besteck wirklich hygienischer



Rechtsanwalt **Dr. Frank Wertheimer** von KRAUSS-LAW berät u.a. Kliniken, Chefärzte und leitende Angestellte. Auch der Stiftung Viamedica steht er in Rechtsfragen seit Jahren zur Seite.



Nachhaltigkeit rundum

Umwelt, Wirtschaft und Soziales gleichermaßen berücksichtigen – das haben sich die Bauverantwortlichen der neuen Kinder- und Jugendklinik in Freiburg vorgenommen. Angestrebt wird eine Zertifizierung durch die Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen

- › und günstiger, als wiederverwertbare Instrumente in einer modernen Anlage von Fachpersonal sterilisieren zu lassen?

„Nachhaltigkeitsbestrebungen müssen von der Klinikleitung gewollt sein und von der Belegschaft mitgetragen werden“, ist Lohs Erfahrung. „Und die Maßnahmen dürfen natürlich nicht dem Wohle des Patienten schaden – dafür müssen sich alle an einen Tisch setzen.“ Etwa um zu klären, ob die Lüftung im OP-Saal Tag und Nacht laufen muss, oder ob es bei einer modernen Anlage reichen würde, sie wenige Minuten vor einem Eingriff einzuschalten, um die Luft keimfrei zu bekommen. Um auch im Kleinen mehr für die Umwelt zu tun, hat Viamedica das Projekt „Klimaretter – Lebensretter“ gestartet. Hier können ganze Kliniken und Krankenkassen, aber auch Einzelpersonen ihre individuellen Maßnahmen und Erfolge darstellen. 104 Unternehmen, knapp 5600 Teilnehmer und schon mehr als eine Tonne CO₂-Einsparung, lautet die bisherige Zwischenbilanz.

Nachhaltigkeit wird zur Pflicht

Gesetzliche Vorgaben wie etwa das Lieferkettengesetz, das ab 2024 für Unternehmen mit mehr als 1000 Mitarbeitern gilt, oder die Europäische Verordnung über die Nachhaltigkeitsberichterstattung für Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern dürften Kliniken noch mehr unter Druck setzen, sich um einen nachhaltigeren Klinikbetrieb zu bemühen, da ist sich Markus Loh sicher. Langfristig lohne es, Zertifizierungen anzustreben, etwa zu Umweltmanagementsystemen wie ISO 50001 sowie 14001 oder auch das Europäische Eco-Management and Audit Scheme (EMAS). Ebenso könnten die VDI-Baunorm 5800 sowie die Vorgaben diverser Gütesiegel auf Bundes- und Länder-

ebene wichtige Anhaltspunkte geben, um sich auf den grünen Weg zu machen. „Ein einzelner Umweltschutzbeauftragter kann so etwas nicht stemmen, doch bisher gibt es nur wenige Kliniken, in denen ganze Stabsstellen für Nachhaltigkeit sich des Themas annehmen.“

Freiburgs neue Kinderklinik

Was geschieht, wenn Architekten, Pflegepersonal, Psychologen und Ärzteschaft von Beginn an in die Planung eines Krankenhauses involviert sind, zeigt sich am Neubau der Kinder- und Jugendklinik in Freiburg, der im nächsten Jahr bezugsfertig sein soll. Der 120-Millionen-Euro-Bau mit 149 Betten setzt nicht nur auf eine umweltfreundliche Klimatisierung der Räume, schadstofffreie

Materialien und die Rückbaufähigkeit des Gebäudes, sondern auch auf dessen soziokulturelle Qualität: mehr Platz für Eltern, kurze Wege, Rückzugsorte, Anti-Warteräume, viel Licht und regionale Hölzer.

„Eine Vorgabe an die Architekten etwa war, dass man von jedem Ort im Gebäude in maximal zwei Minuten an die frische Luft kommen kann, auf Balkone, Innenhöfe oder auch Terrassen“, sagt Kinderarzt Dr. Thomas Vraetz. „Und in Räumen, in denen eine hygienische Luftfilterung nicht zwingend ist, lassen sich weiterhin die Fenster öffnen – das brauchen Kinder und Eltern für

ihr Wohlempfinden.“ Der Mediziner vertritt mit sechs weiteren Fachkräften die Ärzte- und Pflegeschäft im Bauplanungsteam. „Es ist gut, dass wir frühzeitig und umfassend beteiligt wurden“, sagt Thomas Vraetz. „Denn wir kennen die Prozesse und Wege in der Patientenversorgung und werden später in diesem Gebäude jeden Tag arbeiten.“



Markus Loh

Projektleiter der Freiburger
Viamedica-Stiftung



GUTER RAT IST WERTVOLL

Wir sind stets für Sie da! Seit über 25 Jahren.
Wir beraten Unternehmer und Unternehmen.
Gerne. Mit Herzblut. Jederzeit. Und jetzt
endlich auch wieder 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



DER TRAUM VOM EIGENEN WEINGUT

Es gibt viele schöne Dinge, für die man viel Geld und Zeit investieren kann. Oldtimer zum Beispiel, Kunst, das eigene Restaurant – oder eben das Abenteuer Weingut

Ein Beitrag von Christine van Herk

Als Horst Holub im Sommer 1999 seinen 50. Geburtstag feierte, passte das folgenreichste Präsent weder auf den Gabentisch noch in Geschenkpapier. „Ich wurde kurzerhand ins Auto gesetzt und die Fahrt ging zunächst Richtung Freiburg. Ich träumte damals von einem Ferrari und dachte, jetzt bekomme ich ein Wochenende in einem roten Flitzer geschenkt“, erzählt Holub mit einem Lächeln im Gesicht. Schließlich fand sich das nichts ahnende Geburtstagskind mit verbundenen Au-

gen in Malterdingens herrlicher Reblandschaft wieder. Die schöne Bescherung? Ein 700 Quadratmeter großer Weinberg mit feinstem Spätburgunder. „Ich bin zwar mit ganzem Herzen Weinliebhaber und -kenner. Was jedoch im Rebberg oder im Keller zu tun ist, bevor aus Trauben Wein wird, davon hatte ich absolut keine Ahnung“, so Holub. Gefreut hat’s ihn dennoch riesig. Im Nachhinein betrachtet ist Holub als weinmachender Quereinsteiger natürlich in bester Gesellschaft: Günther Jauch betreibt seit

Am Ziel eines langen Wegs
Winzer Horst Holub und sein
Schwiegersohn Tobias Holub beim
Verkosten ihres neuen Jahrgangs



2010 das Weingut von Othegraven. Brad Pitt hat sich das Château Miraval zugelegt, Saxofonist Günther Schönberger (früher bei der EAV) ist inzwischen hauptberuflich als Winzer tätig, und der frühere Tennisstar Thomas Muster war zumindest mal Winzer aus Leidenschaft, hat seinen Betrieb aber an Red-Bull-Boss Dietrich Mateschitz verkauft. Und in der Region? Da gibt es neben Horst Holub beispielsweise noch Axel Bauer aus Bühl, der seine Karriere im Marketing ad acta gelegt hat. Reb-schere statt Laptop, Gummistiefel statt Anzug. Auf den ersten Blick so romantisch wie reizvoll.

300 Flaschen. Ein Anfang ...

Wie knifflig aber der Anfang ist, hat Horst Holub am eigenen Leib erfahren. Denn nach dem Sommer kam der Herbst und die Trauben in Holubs Weinberg riefen lautstark zur Ernte. „Meine Rettung war meine Freundschaft zu Bernhard Huber aus Malterdingen, einem großartigen Winzer. Er nahm mich unter seine Fittiche.“ So wurde die erste Ausbeute des eigenen Weinbergs zunächst im Weingut Huber verarbeitet. 300 Flaschen erstklassiger Spätburgunder, gerade mal ein Barrique-Fass. „Ich war sehr stolz auf den Wein. Das Etikett entwarf meine Tochter, der Inhalt war großartig, aber genau genommen war der Jahrgang 1999 noch ein Bernhard-

**Auch als Winzer ist
aller Anfang schwer:
„Der 2000er Jahrgang
ist der einzige, zu
dem ich nicht stehen
kann“, sagt
Horst Holub heute**

Huber-Wein.“ Zum Dauerzustand konnte oder besser: sollte das aber nicht werden. Dafür ist Horst Holub zu ehrgeizig: „Für mich war klar: Entweder mach ich den Wein künftig selbst – oder ich lass es ganz bleiben.“ Ein Tank wurde angeschafft, eine kleine Presse in den Hof gestellt. Long story short: „Der 2000er Jahrgang ist der einzige, zu dem ich nicht stehen kann.“

Neue Reben, neue Kosten

Horst Holub trug's mit Fassung und packte das Problem direkt an. „Bernhard Huber war mein Lehrmeister, alles, was ich weiß, weiß ich von ihm. Er hatte eine Engelsgeduld und fuhr über Jahre hinweg mindestens zweimal in der Woche mit mir in die Weinberge, zeigte mir in den Reben und im Keller alles, was zu tun ist. Learning by doing und nach über 20 Jahren lerne ich immer noch dazu“, sagt Holub. Im Jahr 2000 kaufte Holub

dann die alte und stark sanierungsbedürftige Schule in Herbolzheim. „Vor allem der herrliche Keller hatte es mir angetan. Perfekt zum Ausbau im Barrique!“ Im Jahr darauf startete er richtig durch, zunächst noch mit hinzugekauften Trauben in hoher Qualität, doch schon im folgenden Jahr pachtete er zusätzliche 35 Ar Spätburgunder in guten Lagen: Seine Herbolzheimer Sund- ➤



i

WEIN IN DEUTSCHLAND

Die Deutschen sind mit recht konstanten 20,7 Litern Wein je Kopf und Jahr eines der trinkfreudigsten Völker der Welt. Dennoch ist der Weinmarkt brutal umkämpft...

Auf rund 100 000 Hektar wird in Deutschland Wein angebaut – tendenziell von immer weniger, aber größeren Betrieben. Vier von fünf Flaschen wurden 2019 im Supermarkt gekauft, der Durchschnittspreis liegt bei 3,31 Euro (mit Mehrwertsteuer). Für viele Winzer ist dieser Preis nicht auskömmlich – da macht es auch nichts, dass im Corona-Jahr 2020 im Schnitt eine ganze Flasche mehr verzecht wurde...

- › halde, der Malterdinger Bienenberg, der Nordweiler Herrenberg und die Bombacher Sommerhalde sind heute mit durchschnittlich 30 bis 40 Jahre alten Rebstöcken bepflanzt. Das Weingut Holub vergrößerte sich, neue Fässer und Tanks fanden Einzug, die Kelterhalle kam dazu, ein weiterer Weinberg mit 35 Jahre alten Rebstöcken, herrlichem Grauburgunder. „Je älter ein Rebstock, desto höher seine Qualität“, sagt Holub. Schließlich bewirtschaftete Holub einen Hektar und wurde 2004 im Gault & Millau als Aufsteiger des Jahres geehrt.

Der Schwiegersohn in den Startlöchern

Aus Horst Holub wurde ein Winzer mit Leidenschaft, mittlerweile produziert sein Weingut jährlich bis zu 10 000 Flaschen Wein. Sein Ziel sind 4 bis 5 Hektar Anbaufläche für die Zukunft. Wie schaut es mit der Nachfolge für das Weingut aus? „Eine glückliche Fügung ist, dass sich mein Schwiegersohn Tobias auch für die Winzerlaufbahn entschieden hat, er steht quasi in den Startlöchern!“ Ist dies eine typische Erfolgsgeschichte? „Ich bin leidenschaftlicher

Familienbetrieb

Das Etikett von Horst Holubs Weinen hat die Tochter entworfen, mit 16 damals im Anfangsjahr 1999. Dass Schwiegersohn Tobias sich für den Weinbau interessiert – was für eine glückliche Fügung!

Winzer, ein herrlicher Beruf. Bei Null anzufangen, ist jedoch sehr schwierig. Bis 2017 habe ich das Weingut neben meinem eigentlichen Beruf betrieben, finanziell wäre das anders gar nicht möglich gewesen“, sagt der 72-Jährige.

Holub war Teilhaber der Firma Holub, Steiner & Partner, die sich um Fundraising für Non-Profit-Organisationen kümmert. „Das gab mir ein finanzielles Polster für die enormen Investitionen, die ein Weingut fordert“, erklärt er. Heute müsse der Winzer eine Eier legende Wollmilchsau sein. Er müsse vom Weinberg über den Keller alles können, muss rechnen, verkaufen und das Marketing stemmen: „Ich kenne Kollegen, die einen großartigen Wein in hervorragender Qualität erzeugen, sich aber mit der Vermarktung schwer tun und oft auch nicht den Preis verlangen, den ihre Weine wert sind“, sagt Holub.

Die Zahl der Winzer sinkt weiter

Das Ergebnis: Die Zahl der Weinbaubetriebe in Deutschland schrumpft, von mehr als 20 000 in 2010 auf derzeit nur noch etwas über 15 000, und die zahlreichen Nebenerwerbsbetriebe sind in der Zahl schon mitgerechnet.

Dennoch finden sich immer wieder mutige Neulinge, wie beispielsweise Heiko Feser mit seiner Weinerei Dr. Feser in Gundelfingen-Wildtal. Als Quereinsteiger baut Feser pilzwiderstandsfähige Sorten an, sogenannte Piwis. Gegen Schädlinge weiß sich die Natur in seinem Weinberg selbst zu helfen, er verzichtet auf Pestizide, das erhöhe die Qualität seiner Weine, spart Geld und Arbeitsstunden, mindert jedoch auch die Ertragsmenge. Die Weinerei sichert ihm seinen Lebensunterhalt als Einmannbetrieb.

1000 Stunden Arbeit pro Hektar

So wundervoll romantisch der Traum vom eigenen Weingut ist – betriebswirtschaftlich ist und bleibt es ein Abenteuer. Eine durchschnittliche Winzerfamilie mit rund 5 Hektar Anbaufläche rechnet mit etwa 1000 Arbeitsstunden pro Hektar im Jahr, dazu kommen rund 30 000 Euro für Pflanzenschutz und den Kampf gegen Pilzkrankheiten. Allein Maschinen, Geräte und Technik kosten in der Anschaffung eine Million Euro. Selbst bei einem sehr guten Durchschnittserlös von 10 Euro pro Flasche bleibt dem Weingut am Ende nur etwa ein Euro pro Flasche als Gewinn. Gleichzeitig brauche so ein Familienbetrieb rund 1000 Euro Umsatz pro Tag, um seine Kosten zu decken und davon leben zu können. Da viele Weingüter dies alleine nicht bringen, setzt man auf zusätzliche Einnahmen durch Ferienwohnungen, Wein-Events oder ähnliches.

Und doch können sich manche Winzer auch den Traum vom Ferrari erfüllen. So wie Horst Holub, der lachend zugibt: „Klar fahre ich einen Ferrari! Aber das ist ein Schlepper für die Reben und hat genau 48 PS!“



WIN-WIN FÜR WINZER

Mit Badens beste Weine gibt es einen neuen Wettbewerb, der mit den Möglichkeiten digitaler Medien und mit einem unterhaltsamen Event nach besonderen Weinen sucht – und damit hiesigen Winzern bei der Vermarktung ihrer Weine hilft

Ein Beitrag von Thomas Glanzmann

Ausgangspunkt für Badens innovativen Wein-Award ist eine Situation, die uns allen aus Konsumentenperspektive bekannt sein dürfte: Du stehst vor dem Supermarktregal und möchtest einen Wein kaufen, heute vielleicht einen Rotwein. Welchen Badener nimmst du? Das Etikett sagt meist wenig darüber aus, was du im Glas erwarten darfst. Also schaut du weiter im Regal und dein Blick schweift ins Regal mit den italienischen und spanischen Rotweinen, zu den bekannten Etiketten und großen Namen – aber stopp! Genau diese Routine möchte Badens beste Weine durchbrechen!

Makroperspektive: Badischer Wein im Wettbewerb

Der Organisator und Ideengeber hinter dem Wettbewerb ist #heimat-Herausgeber Ulf Tietge. Er sagt: „Viele Weine badischer Winzer sind spitze. Beim Grauburgunder und beim Riesling wissen wir das alle, beim Rotwein lernen wir es spätestens jetzt nach Jahren des Klimawandels. Was den hiesigen Weinen aber fehlt, ist zum einen das Budget der konzernmäßig aufgestellten Konkurrenz aus den klassischen Rotweinländern des Südens und zum anderen Teil das Image, das bestimmte Großlagen in Frankreich, Portugal oder Italien einfach schon haben.“

Als Herausgeber des Genussmagazins „#heimat – der Genussbotschafter für den Schwarzwald“ beschäftigt sich Tietge schon seit Jahren damit, was ein Bewusstsein für den Genuss in einer und für eine Region wie den Schwarzwald ausmacht. „Darauf kann man auch bewusst hinarbeiten“, sagt Tietge, „Bewusstsein lässt sich schaffen.“ Und genau das hat er mit seiner neuesten Idee vor: „Mit der Punktzahl am Flaschenhals schaffen wir mit Badens beste Weine einen verlässlichen Ratgeber. Badische Weine mit einer 88 oder 95 am Flaschenhals stechen hervor, sie heben vielleicht sogar das gesamte Regal in der Wahrnehmung ein Stück an: Hier stehen all die prämierten Weine.“ Voraussetzung sei, dass diese Weine ihre Auszeichnung auch wirklich verdient haben: „Eine Prämierung wie diese braucht Aussagekraft. Ausgezeichnet wird nur das Besondere.“

Die Unterstützer

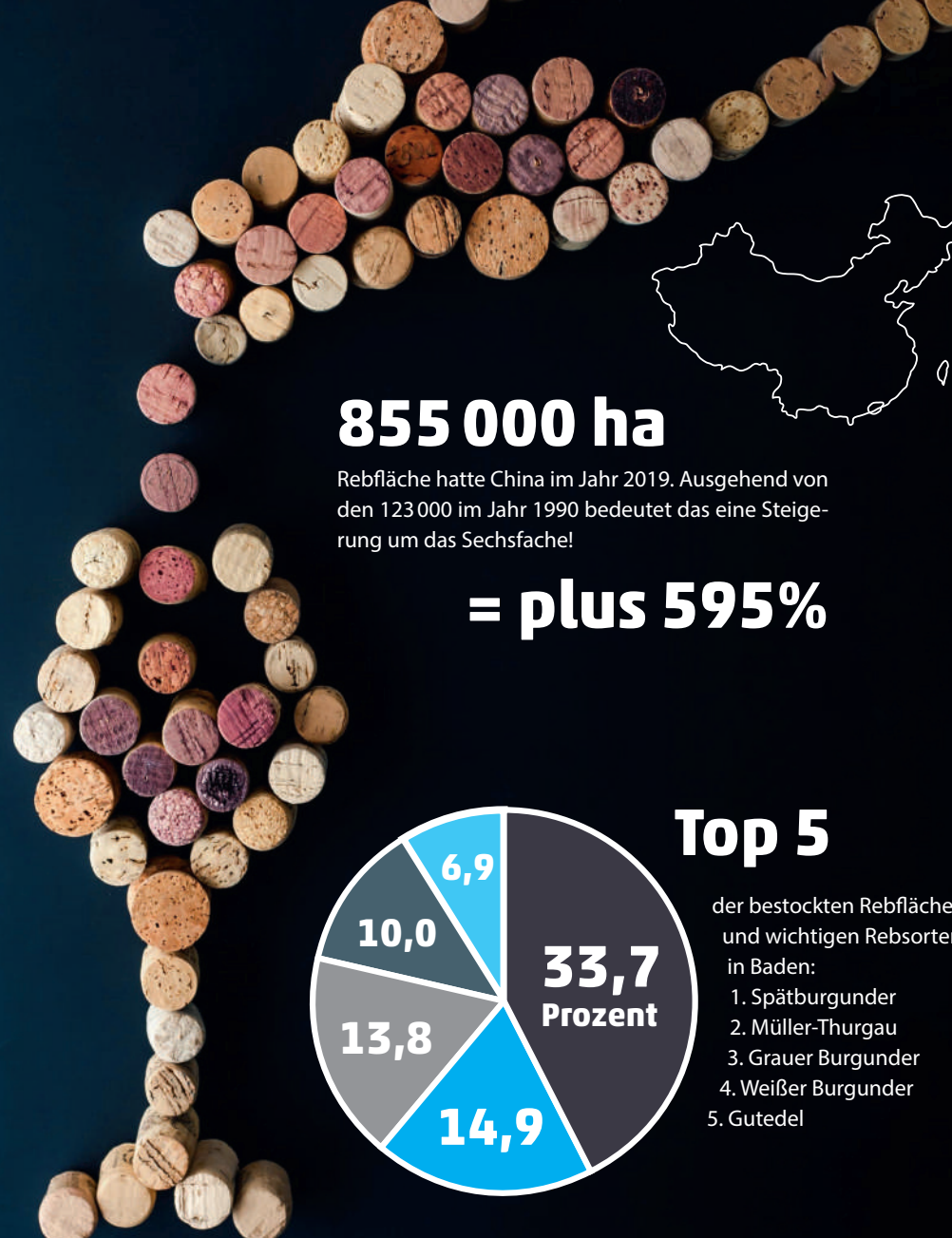
Damit das garantiert ist, haben sich die Macher von Badens beste Weine einen Sommelier-Pool um Marco Feger (*Hotel Ritter Durbach*) aufgebaut. Namhafte Sommeliers aus der Spitzengastronomie entscheiden aus allen Anstellungen per Blindverkostung, welche Weine es bis ins Finale schaffen. Nur die jeweils höchstbewerteten aus den sechs Kategorien kommen weiter bis in die Liveshow, wo es final um bis zu 100 Punkte geht.

Namhafte Partner und Sponsoren unterstützen Tietges #heimat, das Team Tietge und das *Hotel Ritter Durbach* bei der Suche nach Badens besten Weinen. Darunter die Badischer Wein GmbH, die badische Weinstraße, das Porsche Zentrum Offenburg, Stage Concept, Azemos und Chefs Culinar. Deutschlands größtes Foodservice-Unternehmen stellt Sommeliers für Pool und Jury und bietet den teilnehmenden Winzern zudem noch eine attraktive Chance: Für Weine mit entsprechender Bewertung ergeben sich bei einer Aufnahme ins Sortiment von Chefs Culinar ganz neue Vertriebsmöglichkeiten.

Tietge weiß diese Unterstützung zu schätzen: „Chefs Culinar zeigt damit seine Verbundenheit zu kleinen, regionalen Produzenten und unterstützt eine Branche, die es in den vergangenen anderthalb Jahren nicht einfach hatte.“ Den Sponsoren bietet der Wettbewerb die Möglichkeit, sich dauerhaft, jedoch mindestens für die Dauer einer Kampagne mit einem regionalen Genussthemas in Verbindung zu bringen. Das Porsche Zentrum Offenburg etwa übernimmt zum Start gleich noch die Patenschaft für die bleifreie Wettbewerbskategorie Null Promille.

Mikroperspektive: die Chance für den Winzer

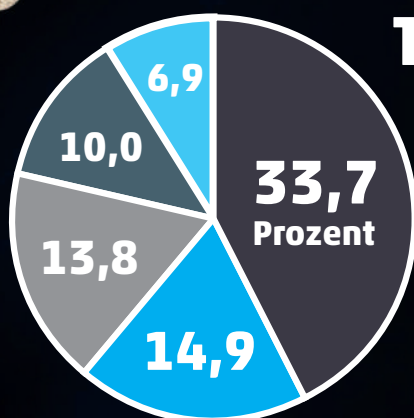
Für die Winzer bietet der Wettbewerb eine tolle Chance bei überschaubarem Einsatz. Bis zu drei Weine darf jeder Winzer anstellen. Pro Wein kostet ihn das 60 Euro Teilnahmegebühr und drei Probeflaschen für die Verkostungen. Auch die Anmeldung wird den Winzern einfach gemacht. Auf badens-beste-weine.de geben sie die



855 000 ha

Rebfläche hatte China im Jahr 2019. Ausgehend von den 123 000 im Jahr 1990 bedeutet das eine Steigerung um das Sechsfache!

= plus 595%



Top 5

der beststockten Rebflächen und wichtigen Rebsorten in Baden:

1. Spätburgunder
2. Müller-Thurgau
3. Grauer Burgunder
4. Weißer Burgunder
5. Gutedel

+ 4534

Hektar

Die Anbaufläche von Grauburgunder hat sich in Deutschland von 1995 bis 2019 fast verdreifacht. Sein Anteil an den Weinbauflächen heute: 6,9 Prozent.



+ 3925

Hektar

Die Anbaufläche für Weißburgunder in Deutschland hat sich in den Jahren von 1995 bis 2019 mehr als verdreifacht.

- 41,4

Prozent

weniger Weinbaubetriebe mit 0,5 bis 1 Hektar Rebfläche gab es 2016 in Deutschland im Vergleich mit dem Jahr 2010.

+ 44,2

Prozent

mehr Großbetriebe mit einer Rebfläche von 20 Hektar und mehr sind seit 2010 entstanden.



ist das Verhältnis von Weißwein zu Rotwein in Baden gemessen an der Rebfläche. So eindeutig weiß ist das gar nicht – zum Vergleich: An der Mosel steht es weiß zu rot = 91 : 9



24 049 ha

betrug die Anbaufläche des Rieslings in Deutschland 2019. Seit 1995 sind damit 910 Hektar Riesling-Fläche dazugekommen. Der Anteil an der Gesamtrebfläche in Deutschland blieb stabil bei 23,3 Prozent.

Baden? Full Points!

Theresa Stehle und Ulf Tietge von #heimat und Sommelier Marco Feger (Mitte) mit den Punktlollis der Show



- › zentralen Informationen über ihre jeweils bis zu drei Weine und die Teilnahme ein, wählen die entsprechende Wettbewerbskategorie aus und schon kann es losgehen. Wer es mit seinem Wein bis in die Show schafft, bekommt mit dem Punkte-Etikett ein Verkaufsargument und dazu öffentliches Interesse frei Hof.

Kategorien: Wein ist nicht gleich Wein

Badens beste Weine setzt bewusst wie die großen Weinführer à la Parker, Johnson oder Eichmann auf eine leicht verständliche Skala bis 100. „Mit den Weinführern können und wollen wir nicht konkurrieren“, sagt Marco Feger. „Aber wir sehen uns als eine Ergänzung, die regional ihre Berechtigung hat und bisher fehlte.“

Bei Badens beste Weine werden nicht nur Grauburgunder mit Grauburgundern verglichen, stattdessen setzt man auf wechselnde Kategorien und Weine für bestimmte Anlässe. Bei der Premiere im November geht es um zertifiziert ökologisch-dynamisch erzeugt Weine, Weine von jungen Winzern und Kellermeistern (die Newcomer), um Null Promille – powered by Porsche (Trauben-Seccos, -Schorle und alkoholfreier Wein), um großartige Grauburgunder, Winzersekte und Petnats sowie echte Festtagsweine.

„Spannend wird es sicher bei den Festtagsweinen, denn dort suchen wir den besten Wein eines ganzen Jahrzehnts“, sagt Tietge. „Gehaltvolle, kräftige Rotweine, die eine echte Beschercung im Glas bieten!“ Für kommende Veranstaltungen habe er anlassbezogen genauso wie nach Sorten bewertet schon viele Ideen parat: vom Barbecuewein über den Terrassentropfen bis zum besten Piwi. Der Wettbewerb soll daher auch zweimal im Jahr stattfinden.

Das Event aus dem Fernsehstudio

Zum ersten Mal live übertragen und aufgezeichnet wird Badens beste Weine am 28. November 2021 aus dem Studio von Partner

Stage Concept in Rheinau. „Wir produzieren das wie ein Fernsehformat, nur eben live für die Zuschauer auf Youtube und für bis zu 75 Studiogäste“, sagt Inhaber Maik Förster.

Moderatorin ist Josefine Schlumberger, selbst Winzerin und 2015 Deutschlands Weinkönigin. Einer ihrer Jobs ist es dabei, jene Transparenz zu schaffen, mit der der Award wirbt: Die fünf Jury-Teams aus jeweils einem Sommelier und einem vinophilen Genießer einigen sich nach Blindverkostung nicht nur jeweils auf ihre Punktzahl, sondern diskutieren und begründen ihre Entscheidung auch.

„Das gemeinsame Abstimmen von Sommelier und reinem Genießer ist gerade das Spannende“, sagt Tietge. „Das wird am Ende den Ausschlag geben!“ Aus dem Jury-Pool dabei sind bei der Erstauflage unter anderem: Christina Lauber von der Badischer Wein GmbH, Hansjörg Mair von der Schwarzwald Tourismus GmbH, Markus Knoll vom Schwarzwald-Radio und Hitradio Ohr sowie die Sommeliers Michael Selz, Sebastian Muckenhirn, Bruno Craveiro und Oliver Haag.

„Bewusstsein lässt sich schaffen.
Mit der Punktzahl am Flaschenhals schaffen wir einen verlässlichen Ratgeber“

Medienpartner und Marketing

Mit dem Schwarzwald-Radio, den Kanälen von Tietges Magazinen und seinen Unterstützern hat Badens beste Weine einen starken Außenauftritt. Den wird das Team um Tietge, Feger, Knoll sowie Projektleiterin Theresa Stehle dazu nutzen, um den erhofften Imagegewinn für den Badischen Wein und seine besten Tropfen nachhaltig zu erreichen.

Darüber hinaus wird der Ausrichter Weinpakete über den #heimat-Onlineshop Heimatbude verkaufen. Verschiedene Paketgrößen sind zu haben, sodass die Zuschauer zu Hause bis zu drei Weine je Kategorie live vorm Bildschirm mitprobieren können. „Wenn es um Wein geht, musst du die Menschen mitnehmen“, sagt Tietge. Der neue Wettbewerb startet damit live am 28. November 2021. „Bald danach könnten goldene Punkte im Regal auftauchen.“ ■



MIT PLANUNGSSICHERHEIT ZUM PROJEKTERFOLG.

Ob Geschosswohnungsbau oder urbanes Boardinghouse, studentisches Wohnen oder moderne Pflegeimmobilie: Wir begleiten Sie von der Konzeptphase bis zur schlüsselfertigen Übergabe. Ganzheitlich und auf Augenhöhe.

Mehr unter www.freyler.de



FREYLER
WOHNUNGSBAU

Menschen bauen für Menschen

ALLES IM GRÜNEN BEREICH?

Immer mehr Organisationen bieten Unternehmen die Möglichkeit, durch Baumpflanzungen CO₂-Emissionen zu kompensieren. Prima fürs Klima – und fürs Image

Ein Beitrag von Verena Vogt

Kauf dir unseren Schokoriegel, und wir pflanzen einen Baum für dich! Mit solchen und ähnlichen Deals werben heute viele Unternehmen um eine umweltbewusster werdende Kundschaft. Kein Wunder, sind Baumpflanzungen doch die perfekte Möglichkeit, gleichzeitig etwas für die Umwelt und die eigenen grünen Credentials zu tun. Bequem sind sie obendrein – denn mithilfe von Aufforstungsprojekten lassen sich mittlerweile ganze Wälder anlegen, ohne dass man selbst auch nur einen Finger rühren muss.

Eines der bekanntesten ist die Initiative Plant-my-tree, die seit 2007 vorwiegend in Deutschland Aufforstung betreibt und große Namen wie Fiat, Swiss Life und Eon zu ihren Unterstützern zählt. Dabei hatte Gründer Sören Brüntgens eigentlich nie vor, aus seinem privaten Aktivismus ein Geschäftsmodell zu machen. „Ich hatte mir einfach schon lange über den Klimaschutz Gedanken gemacht und irgendwann beschlossen, du musst jetzt was tun.“ 2007 kaufte Brüntgens daher ein Grundstück in Remscheid und legte mit dem Bäume pflanzen los. Erst als ein befreundeter Unternehmer ihm Geld zur Unterstützung in die Hand drückte, kam die Geschäftsidee in ihm auf. Mittlerweile hat Plant-my-tree 20 Mitarbeiter und wird in diesem Jahr das große Ziel erreichen, seit Bestehen mehr als eine Million Bäume gepflanzt zu haben.

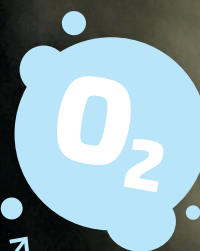
Mitmachen ist denkbar einfach. Interessierte Unternehmen entscheiden sich für eines von acht Baumpaketen – angefangen vom Mini-Paket mit 50 Bäumen bis hin zum eigenen Unternehmenswald mit mehr als 100 000 Bäumen. Plant-my-tree wählt daraufhin in Absprache mit Förstern geeignete Baumsorten aus, abhängig von Bodenbeschaffenheit, Topografie und dem lokalen Klima. „Wir pflanzen so weit wie möglich Laubbäume, und immer Mischwälder“, so Brüntgens. „Auf gar keinen Fall Monokulturen – so verringern wir das Risiko eines Borkenkäferbefalls.“

Transparenz ist Brüntgens dabei wichtig. Sponsoren werden zum Pflanztermin eingeladen, bekommen Fotos und Updates zu ihrem Aufforstungsprojekt. „Der TÜV überprüft uns regelmäßig und checkt, ob die Zahl der gesponserten Bäume mit der tatsächlich

gepflanzten übereinstimmt und ob es die von uns gekauften Flächen noch immer gibt.“ Die im vergangenen Jahr gegründete Plant-my-tree-Stiftung kümmert sich zudem um den langfristigen Erhalt und Zustand der gepflanzten Bäume. „Damit gehören die Grundstücke nun nicht mehr mir, sondern der Allgemeinheit“, freut sich Brüntgens. „Die Stiftung kümmert sich um sie und erwirbt zudem Flächen wie Wälder, Wiesen und Moore, um sie für zukünftige Generationen zu erhalten.“

Dass Bäume pflanzen allein den Klimawandel aufhalten könnte, stimmt leider nicht. In Deutschland entlastet der Wald mit seinen 90 Milliarden Bäumen die Atmosphäre um 62 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr – kompensiert damit aber nur sieben Prozent der hiesigen Emissionen. „Natürlich decken auch unsere Kunden mit den gepflanzten Bäumen nicht ihren kompletten CO₂-Verbrauch ab“, so Brüntgens. Unternehmer sollten außerdem wissen, dass solche Baumpflanzungen in Europa nicht als CO₂-kompensierende Maßnahmen in der offiziellen Ökobilanz einer Firma erscheinen dürfen – auch wenn es derzeit Bemühungen gibt, hier die Gesetzeslage zu ändern. Warum so viele Unternehmen dennoch in Aufforstungsprojekte investieren, wundert Brüntgens nicht. „Viele Unternehmer wollen einfach etwas Handfestes unterstützen – etwas, was buchstäblich das CO₂ aus der Luft holt.“

So sieht das auch Ulf Tietge, Inhaber der Offenburger Agentur team tietge, die Kompensationspflanzungen immer häufiger in Marketingkampagnen einbaut – egal ob für Print- oder Onlinekunden. „Man darf nicht vergessen, dass auch digitale Produkte ja nicht klimaneutral sind – sie verbrauchen jede Menge Strom“, erklärt Tietge. Ab November geht team tietge selbst mit gutem Beispiel voran und bietet das Flaggschiff des Verlags, die Zeitschrift #heimat, in einem grünen Abo an. „Wir werden für jedes Jahr, in dem das Abo läuft, einen Baum pflanzen“, so Tietge. „Denn wir möchten, dass unser Magazin auch künftig in Papierform erhältlich ist und kompensieren so den damit verbundenen CO₂-Verbrauch.“ Beim Zeitschriftenlesen ein bisschen die Welt retten – nie war Klimaschutz einfacher ... ■

**Wahre Klimahelden**

Bäume nehmen CO₂ auf, speichern den Kohlenstoff und geben den Sauerstoff wieder ab. Ein Baum kann so im Laufe seiner Lebenszeit rund eine Tonne CO₂ kompensieren



Mit dem Rucksack durch den Schwarzwald
Stephan Winter möchte mit seiner App Wadup
den Schwarzwald-Urlaub revolutionieren



DEN SCHWARZWALD DIGITALER MACHEN

Backpacker-App, Unboxing, personalisierte Werbung – die Gründerszene entdeckt unsere Gegend als nachhaltige Tourismusdestination. Der Black Forest Accelerator von startUp.connect will sich deshalb nun dauerhaft diesem Thema verschreiben

Ein Beitrag von Patrick Czelinski

Die Idee wurde 2019 in den peruanischen Anden geboren, irgendwo bei Cusco – auf jeden Fall noch fernab des Schwarzwalds. Stephan Winter befand sich damals auf Weltreise. „Ich wollte die Ruinenstadt Machu Picchu besuchen und habe ein Ticket bei einer Agentur vor Ort gekauft“, erklärt der 26-Jährige. Der Preis: 150 Euro für einen Fünf-Tages-Trip – alles inklusive. „Das passte super in mein Budget, denn als Backpacker setzt man sich ein Tageslimit von etwa 30 Euro – für Unterkunft, Verpflegung und Aktivitäten.“ Aber Winter merkte: „Auf verschiedenen Internet-Plattformen wurden dieselben Touren für 600 Euro angeboten. „Diese Intransparenz bei Angeboten für Rucksacktouristen hat mich zum Nachdenken gebracht“, sagt er. Gespräche mit Mitreisenden taten ihr Übriges...

Angebote buchbar machen und bündeln

„Rucksackurlauber schlafen in einem Hostel, das sie über Hostelworld buchen. Da müssen sie aber erst einmal hinkommen. Dafür benutzen sie eine App für öffentliche Verkehrsmittel oder rufen ein Uber. Abends im Hotelbett dann der Gedanke: Was mache ich am nächsten Tag? Da für Hostel und Verpflegung schon viel Geld draufgeht, bleibt für spannende Aktivitäten nicht mehr viel übrig. Man muss also die Agenturen vor Ort abklappern und schauen, wo es günstige Angebote gibt.“ Genau hier will Winter mit seiner App Wadup ansetzen und Synergien nutzen. „Meine Idee ist, eine Plattform für Rucksackreisende zu schaffen, die alle kostengünstigen Angebote an einem Ort bündelt und buchbar macht – eine Art Hostelworld, aber für Unternehmungen.“ Seinen ursprünglichen Plan, mit der App irgendwo auf der Welt an den Start zu gehen, musste Winter wegen der Corona-Pandemie auf

Eis legen. Stattdessen dachte er sich: Wieso nicht vor der eigenen Haustür anfangen? – und hat sich den Schwarzwald als Modellregion ausgesucht.

Winters Ziel ist es, 2022 mit einem Pilotprojekt zu starten und mehrere Backpacker-Routen an den Start zu bringen, vom Kinzigtal über den Nord- bis zum Hochschwarzwald. Dafür akquiriert er bereits aktiv Partner. „Das kann vom lokalen Raiffeisenmarkt, in dem man günstiges Vesper kaufen kann, über den Gastronomen, der seinen Mittagstisch vermarkten möchte, bis zum Anbieter von Adventure-Golf oder Sommerrodeln so ziemlich jeder sein“, sagt Winter. Sein Geschäftsmodell: Über Wadup Besucher vermitteln und dafür Provision bekommen.

Darüber hinaus sei eine intensive Zusammenarbeit mit regionalen Multiplikatoren wie Destinationsmanagern, Lokalpolitikern, aber auch Influencern geplant, um einen entsprechenden Netzwerkeffekt zu erzeugen. „Uns geht es auch darum, den Schwarzwald als Reiseziel für junge Low-Budget-Urlauber attraktiver zu machen.“

Den Anfang hat er selbst gemacht, auf einem eigenen Backpacking-Trip durchs Kinzigtal. Die Rückmeldungen seien sehr positiv. „Der Bürgermeister von Gutach zum Beispiel hat mir versprochen, uns mögliche Orte fürs Zelten anzubieten – denn das ist im Schwarzwald nicht überall erlaubt.“

Winter und seine App haben in den vergangenen sechs Monaten den Black Forest Accelerator von startUp.connect, der Gründerinitiative der Wirtschaftsregion Ortenau, durchlaufen, die die Tourismuswirtschaft der Region nachhaltiger und gleichzeitig digitaler machen will. Während des Accelerators wurde den künftigen Gründern von

„Wir wollen den Schwarzwald als Reiseziel für Low-Budget-Urlauber attraktiver machen und einen Netzwerkeffekt erzeugen“



Noch mehr Schwarzwald

Florian Appel, Leiter von startUp.connect, will sich in Zukunft noch intensiver mit touristischen Geschäftsmodellen beschäftigen, um damit den Nährboden für erfolgreiche Gründungen in diesem Wirtschaftsbereich zu schaffen

- › Mentoren Wissen aus den Bereichen Unternehmensführung, Branding, Marketing, Recht, Finanzen und Vertrieb vermittelt. „Stephan gilt als einer unserer aussichtsreichsten Kandidaten auf eine erfolgreiche Unternehmensgründung“, erklärt Florian Appel, Leiter von startUp.connect. Insgesamt sechs marktreife Projekte, die Appel als besonders zukunftsträchtig erachtet, haben sich aus den zunächst 14 Teilnehmern im Laufe des Jahres herauskristallisiert. Dazu gehören neben Winter auch die Macher von Bauta, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, optische Datenerhebung datenschutzkonform

und anonym zu machen. Einfach gesagt: Eine Werbetafel erkennt per Kamera, wer gerade vor ihr steht, und spielt dann personalisierte Werbung ab. „Das ist auch für die Tourismuswirtschaft sehr spannend“, so Appel weiter.

Zu den sechs vielversprechenden Kandidaten gehören aber auch die Erfinder von Zeitgebrauch, die Schwarzwaldboxen vermarkten wollen, und die Organisatoren von Resilienztagen für Führungskräfte in der Region, die unter dem Namen Score an den Start gehen. Ebenfalls aussichtsreiche Kandidaten für eine erfolgreiche Gründung: Surfheld, ein Surf-Park in der Region und MP Events, eine Online-Plattform, auf der Vereine, denen die Ehrenämter abhandeln, Events organisieren können – alles online, versteht sich.

„Grundsätzlich eine gute Idee“

Den Schwarzwald digitaler zu machen, das sieht man auch bei der Schwarzwald Tourismus GmbH grundsätzlich positiv. „Die Idee mit der Backpacker-App ist gut. Man sollte hier aber auf jeden Fall die richtigen Schnittstellen angehen, anstatt jeden Leistungsträger neu zu akquirieren“, sagt Jens Großkreuz aus der Kommunikationsabteilung. Den Schwarzwald als Reisedestination auch für junge Menschen, die auf das Budget achten müssen, sieht man bei der Schwarzwald Tourismus GmbH aber bereits gut aufgestellt. „Es gibt ja auch im niedrigeren Preissegment schon zahlreiche online buchbare Angebote, beispielsweise über die Schwarzwald App“, so Großkreuz weiter. Das Thema an sich habe aber auf jeden Fall großes Potenzial. Der Black Forest Accelerator von startUp.connect wird sich laut Appel auch im kommenden Jahr wieder dem Thema Tourismus verschreiben. ■



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

EINMAL DÖNER – ABER GRÜN, BITTE!



Der Unternehmer Mohammad Dirafoon aus Freiburg setzt alles daran, den orientalischen Fast-Food-Markt mit einem vegetarischen Konzept zu revolutionieren. Aber das ist noch lange nicht alles ...

Ein Beitrag von Patrick Czelinski

Alles begann vor 20 Jahren im Freiburger Stadtteil Stühlinger. Mohammad Dirafzoon steckte damals mitten in der Ausbildung, als er seine erste Döner-Bude eröffnete. „Ich bin ein unruhiger Geist und brauche immer eine zusätzliche Beschäftigung“, sagt er. Seine Idee? Ein echtes vegetarisches Angebot für orientalisches Fast Food an der Dreisam etablieren. „Es war damals schon erkennbar, dass die Nachfrage nach vegetarischen Gerichten immer größer wird – gerade in Freiburg. Allerdings sprangen im Fast-Food-Bereich nur wenige auf diesen Zug auf.“ Im Prinzip habe es für Vegetarier damals Fetakäse und Paprika gegeben – mehr nicht. Dirafzoon erkannte das Potenzial und baute entsprechende Angebote kontinuierlich aus, erst in seinem bestehenden Dönerladen, später mit dem vegetarischen Falafel-Restaurant *Veggie Liebe* – und das Konzept ging auf. „Früher wollten zwei von 100 Kunden etwas Vegetarisches, heute sind es 60!“ Auf 30 Kilo Fleisch kommen bei Dirafzoon heute schon 40 Kilo vegetarischer Fleischersatz. Kein Wunder also, dass aus dem Dönerladen im Stühlinger heute ein modernes kleines Unternehmen geworden ist, das immerhin 40 Mitarbeiter beschäftigt.

Nachhaltig denken, lokal einkaufen

Im neuen Flaggschiff *Greencity* bieten Dirafzoon und seine Partner seit Kurzem in einer brandneuen Filiale neben dem Freiburger Stadttheater orientalische Köstlichkeiten an. Ihr Motto dabei: nachhaltig und lokal.

„Wir kaufen fast alle Zutaten regional, oft sogar direkt beim Bauern. Nur Produkte wie Oliven, Mais oder Avocado müssen auch wir natürlich importieren“, so der Inhaber. Dass sich das im Preis niederschlägt, ist klar: „Billig wird nicht!“ Für Yufka, Döner und Co müssen Kunden jeweils 6,50 Euro berappen, 1,50 mehr als an der Durchschnitts-Dönerbude. Dafür bekommen Hungerige bei *Greencity* aber fast ausschließlich Produkte aus der Region, zahlreiche davon sogar aus eigener Herstellung – von Süßkartoffelchips bis Rote-Bete-Bällchen. *Greencity* kombiniert vegane Gerichte mit fleischhaltigen Alternativen. „Wir haben drei Spieße – Kalb, Huhn und vegan, dazu neun selbst gemachte Soßen und 30 weitere Zutaten wie Gemüse, Reis und Bio-Käse“, sagt Dirafzoon. „Wir legen unser Fleisch nicht wie andere in Öl und Milch ein, um es weich zu machen. Wir kaufen einfach gute Qualität – bei einem regionalen Betrieb im Landkreis Lörrach.“

Die größte Herausforderung bei der Eröffnung von *Greencity* war sicherlich die Herstellung eines veganen Fleischersatzes am Dönerspieß. Die Schwierigkeit: Wer ausschließlich auf biologische Produkte setzt, muss die entsprechenden Bindemittel finden. „Hier tüfteln wir immer noch daran, dass die aus Erbsen und Soja bestehende Masse nicht vom Spieß bröseln.“

„ICH WILL DEN MENSCHEN NICHT VORSCHREIBEN, WAS SIE ESSEN SOLLEN. ABER ICH KANN DIE WELT FLEISCHLOSER MACHEN“

MOHAMMAD DIRAFZOOON
FAST-FOOD-UNTERNEHMER

Dirafzoons langfristiges Ziel: „Wir möchten *Greencity* ausbauen und uns mit neuen Filialen vergrößern.“ Vegetarische Fast-Food-Konzepte sieht der Perser als Millionengeschäft der Zukunft. Bereits jetzt habe es Anfragen dazu gegeben. „Von überall melden sich Leute bei uns, die das *Greencity*-Konzept gerne auch in ihrer Stadt umsetzen möchten.“ Dirafzoon ist überzeugt davon, dass die Idee zündet, egal wo. „Potenzielle Kunden für vegetarische Lösungen gibt es überall, egal ob in Wien, Zürich oder Berlin.“ Ihm selbst aber fehlt das Know-how, um ein entsprechendes Franchise-Unternehmen zu gründen. Deshalb ist er derzeit auf der Suche nach potenziellen Partnern und Investoren, die diese Kenntnisse mitbringen. Zwar hätten sich bereits zahlreiche Großunternehmen an ihn gewendet, „allerdings wollen die alle nur im Hintergrund agieren. Sie warten darauf, dass wir etwas starten.“ Er stellt sich dabei langfristig vor, zwei verschiedene Typen von *Greencity*-Filialen zu betreiben. Komplette vegetarische und solche – wie in Freiburg –, die auch Alternativen mit Fleisch anbieten.

Die Idee hatte die Tochter

Seine Mission? Die Welt ein Stück vegetarischer machen! „Ich bin niemand, der den Menschen vorschreiben will, was sie essen dürfen und was nicht. Aber mit unserem Konzept können wir dazu beitragen, dass Leute, die gerne Fast Food zu sich nehmen, zumindest ein wenig fleischloser essen.“ Auf die Idee mit dem vegetarischen Döner hat ihn seine Tochter gebracht, die sich mit zwölf Jahren für eine vegetarische Lebensweise entschied. Das Feedback sei heute fast durchweg positiv. So gebe es zwar immer noch Kunden, die



Ein Mann voller Ideen

Der vegane Döner (oben) ist das Premium-Produkt bei Greencity von Mohammad Dirafzoon in Freiburg

Die Marke Greencity von Mr. Döner soll künftig auch außerhalb von Freiburg zu finden sein. Noch aber sucht Dirafzoon nach Partnern, um Filialen oder ein Franchise aufziehen zu können



i

FLEISCH-FAKTEN

Das Jahr 2034 könnte den Wendepunkt markieren.

Wenn der Markt für Fleischersatzprodukte weiter so wächst, könnten Tofuwurstchen, Erbsenschnitzel und Co ihre tierischen Vorbilder 2034 überrunden. Und auch wenn es viele verschiedene Studien zum Thema gibt – Fleischwirtschaft UND Veggie-Bund sind sich einig, dass die Zahl der Vegetarier (derzeit etwa 7,5 Millionen Menschen in Deutschland) und Veganer (etwa 1,1 Millionen) wächst. Die Zahl derer, die täglich Wurst und Fleisch essen, sinkt dagegen. Waren es 2015 noch 34 Prozent der Befragten, sind es heute 26.

- › sich über die vergleichsweise hohen Preise beklagen, die meisten aber nehmen das Konzept an – gerade auch, weil Freiburg eine Stadt mit ausgeprägtem Umweltbewusstsein und hoher Kaufkraft ist. „Das geht gut zusammen.“ Döner sei, wenn man auf gute Zutaten setzt, eben kein Billigprodukt. „Wir dürfen nicht versuchen, preislich mit einem belegten Brötchen vom Bäcker zu konkurrieren. Da stecken für nicht mal 50 Cent Käse oder Salami drin!“

Umweltfreundlicher Transport von Dönerfleisch

Dass Dirafzoons Engagement für die Umwelt groß ist, zeigen weitere Beispiele. Beim Einkauf achten er und sein 40 Mann starkes Team darauf, Plastik einzusparen. „Wir arbeiten fast ausschließlich mit Lieferanten zusammen, die auf Kunststoffverpackungen verzichten. Auf diese Weise ist es uns gelungen, die Menge an gelben Säcken, die wir wöchentlich vor die Tür stellen, um etwa 80 Prozent zu reduzieren.“ Gemeinsam mit Kollegen hat er zudem ein Behältnis aus Edelstahl zum Transport von Dönerspießen erfunden. Der Gedanke kam ihm, als er im Rahmen der Entwicklung seiner vegetarischen Dönermasse erstmals beim Herstellungsprozess von Dönerspießen dabei war. „Als ich die Menge an Plastikfolie gesehen habe, bin ich erschrocken. Ich musste etwas tun.“ Dönerspieße werden im Normalfall eng in Klarsichtfolie eingewickelt, um zu vermeiden, dass sie auseinanderfallen – anschließend dann eingefroren und ausgeliefert. „Überlegen Sie mal, wie viele tausende Kilometer Plastikfolie dafür jedes Jahr verwendet werden!“ Die Entwicklung der Edelstahl-Transportbox erfolgte schließlich zusammen mit einem spezialisierten Unternehmen aus Osteuropa.

Noch, erklärt der Döner-Experte, stecke das Vorhaben in den Kinderschuhen. „Bisher gibt es das Produkt nur in geringen Mengen. Die Corona-Krise hat uns da leider ausgebremst.“ Aber in Zukunft kann er sich vorstellen, dass hunderttausende Dönerspieße in dieser Form ihren Weg in die Restaurants antreten. Das könne nach dem Prinzip der Bauernkisten funktionieren. „Wir kaufen viel bei Landwirten, die uns die Produkte in Kisten liefern, die wir anschließend zurückgeben. So könnte das auch mit der Edelstahlform klappen.“ Frei nach dem Motto: Regional denken, global handeln. ■

Der schönste Jahresabschluss überhaupt: Der Schwarzwald Adventskalender.

fast
40 Präsente
hinter
24 Türchen

+ lautstarke
Überraschung
von
JBL

ca. **7 Kilo**
Gewicht!

Gigantisch!
50 x 40 x 15 cm

180 Euro
Warenwert*
* UVP unserer Lieferanten

Gibt's auch im
Einzelhandel!
Alle Infos bei
uns im Web.

nur
99,90
Euro
inkl. Versand

Jetzt bestellen:
www.schwarzwaldradio.com



Ein Beitrag von Barbara Garms

Dass die Experten von Freyler nicht nur wissen, wie man hochmoderne Büroflächen oder Produktionsgebäude baut, sondern auch, wie man Wohnraum schafft, haben sie in der Vergangenheit schon bewiesen – aber eher nebenbei. Zum Beispiel bei einem Firmensitz mit angeschlossenen Wohnräumen für den Chef inklusive großer Dachterrasse, Pool und charmantem Lichthof oder bei einem farbenfrohen Seniorenheim mit barrierefreien Wohnungen und Gemeinschaftsräumen (hier im Bild). Die Kunden waren mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Am Markt ist die Nachfrage nach Wohnungen so hoch wie nie und so liegt es natürlich auf der Hand, jetzt auch im Bereich Wohnungsbau nach Freyler-Manier Vollgas zu geben. Die Freyler Wohnungsbau hat das Ziel, unterschiedlichste Wohnbauprojekte in ähnlicher Herangehensweise umzusetzen wie schon im Industrie- und Gewerbebau.

Als neuer Geschäftsführer ist seit Anfang 2021 Steffen Rapp im Boot, Bauingenieur und Spezialist für Wohnungsbau. Seine ersten Monate am neuen Wirkungsort hat er damit verbracht, ein Team aufzubauen und Kunden zu akquirieren – mit Erfolg: Die ersten Aufträge mit mehreren Mehrfamilienhäusern, insgesamt annähernd 50 Wohnungen, werden aktuell bereits geplant und realisiert. Bei Akquise und Projektentwicklung folgt die Freyler Wohnungs- ➤

AUF ZU NEUEN UFERN

Bisher steht der Name Freyler vor allem für innovativen Industrie- und Gewerbebau. Nun soll die neue Sparte Wohnungsbau das Portfolio komplettieren. Dafür hat Freyler einen Spezialisten an Bord geholt – erste Aufträge gibt es schon ...





Der neue Mann bei Freyler

Steffen Rapp leitet als Geschäftsführer die neue Freyler Wohnungsbau. Ehrgeiziges Ziel der neuen Sparte: ein Jahresumsatz im unteren dreistelligen Millionenbereich. Die ersten Projekte sind dahin der erste Schritt

- › bau der Philosophie der Gruppe: Ganzheitliche Beratung – ab einer sehr frühen Planungsphase, Projektbetreuung von A bis Z und ein definierter, zuverlässiger Kostenrahmen für die Kunden. „Außerdem ist unsere Stärke die ganzheitliche Betreuung – von der ersten Projektidee über das individuelle Konzept bis zur bezugsfertigen Umsetzung“, sagt Steffen Rapp. „Dabei hat der Kunde einen einzigen Ansprechpartner über den gesamten Bauprozess hinweg, der sich um alle Belange kümmert.“

Freyler Wohnungsbau als ganzheitlicher Partner

Dass die Auftraggeber in der Regel nicht die Bewohner oder Nutzer der späteren Gebäude sind, unterscheidet die neue Sparte von der bisherigen Arbeit der Freyler Gruppe. „Umso wichtiger ist es, die Wirtschaftlichkeit des Objekts nicht aus den Augen zu verlieren“, sagt Rapp. „Unsere Kunden und Partner sind Bauträger, Wohnungsbaugesellschaften oder Investoren und für die sind die Gebäude nüchtern betrachtet eine Handelsware. Doch bei aller Wirtschaftlichkeit müssen die Auftraggeber zufrieden sein und sich die zukünftigen Bewohner in ihren vier Wänden wohlfühlen. Wir haben beide Seiten im Auge.“

Wie man bei einer solchen komplexen Herausforderung alles im Blick behalten kann? Steffen Rapp und sein Team setzen auf konsequente Planung von der ersten Minute an und verschlankte Prozesse, wo es möglich ist. „Am liebsten sind uns Projekte, bei denen die Investoren zwar wissen, dass sie auf einem vorhandenen Grundstück ein Wohnbauprojekt in einer bestimmten Dimension

realisieren wollen, aber ansonsten noch ganz offen sind – was zum Beispiel die Anordnung der Gebäude auf dem Grundstück betrifft, aber auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen“, erklärt Rapp. „Das alles tüfteln wir gemeinsam mit den Kunden aus. Je früher wir in die Planung einsteigen, desto stringenter und effizienter können wir die Abläufe planen, Prozesse verschlanken und letztendlich auch die Kosten analysieren und bei hoher Qualität trotzdem im Rahmen halten.“

Geplant ist auch, dass Freyler bis zum Schluss Ansprechpartner bleibt. Wenn also Wohnungen an Eigentümer verkauft werden, können die zukünftigen Besitzer noch ihre Ausstattung beeinflussen. Yvonne Conle kümmert sich bei Freyler Wohnungsbau darum. „Ähnlich wie beim Autokauf gibt es verschiedene Ausstattungspakete, visualisiert mit modernster Computertechnik, um, je nach Projekt, beispielsweise Bad-Keramik, Fliesen und ähnliches individuell umzusetzen.“

Stetiges Wachstum – Jahr für Jahr

Für die Zukunft hat sich Steffen Rapp einiges vorgenommen: „Mittelfristig planen wir mit der Freyler Wohnungsbau GmbH einen Jahresumsatz im unteren dreistelligen Millionenbereich.“ Das Fachkräfteproblem macht ihm dabei keine Sorgen. „Wir sind ein attraktiver Arbeitgeber. Auch weil wir Führung anders denken. Entscheidende Faktoren für unsere Mitarbeiter sind Gestaltungsfreiraum und Wertschätzung – und das ist für viele Fachkräfte sehr interessant.“ ■



elneos® six

Berührungslos über Sprache
und 3D-Gesten steuern –
das neue und taktile
Laborgerätesystem für die
Elektrotechnikbranche.

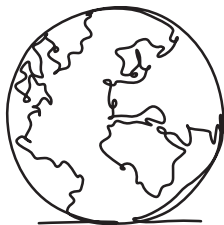


Ausgezeichnet mit dem
German Design Award Winner 2022



SCHÖNE NEUE WELT

Unser Autor war auf Recherchereise im hohen Norden Deutschlands. Seither ist für ihn klar: Ein bisschen frischer Wind täte auch der autoverliebten Wirtschaftspolitik in Baden-Württemberg ganz gut



Wer an Friesland denkt, hat Bilder im Kopf. Vielleicht von Möwen, Schafen und Deichen. Oder von Witzen, die man sich zu Zeiten Ottos als Komiker erzählt hat – wie den mit den fünf Ostfriesen, die man angeblich braucht, um eine Glühbirne zu wechseln. Nun: Die Zeit der Glühbirnen ist unzweifelhaft vorbei. Und wenn man heute Klixbüll, Langenhorn oder Süderlügum mal einen Besuch abstattet und mit den Menschen zwischen den Meeren redet, hat man plötzlich ganz andere Bilder im Kopf.

Die Friesen nutzen ihren Rohstoff. Und ihr Rohstoff ist der Wind. Aus baden-württembergischer Sicht haben wir darüber ja lange geschmunzelt. Was wollen denn die Fischköpfe mit dem ganzen Strom? Gibt doch noch gar keine Stromleitungen in den Süden, wo die Autoindustrie die Energie verarbeiten könnte! Für die Friesen war das arrogant, der Schwabe würde vermutlich von gesundem Selbstbewusstsein sprechen, aber das gehört hier eigentlich gar nicht her.

Viel spannender ist, die schleichende Verschiebung der Kräfteverhältnisse zu beobachten. Denn in der Autoindustrie stehen seit Wochen die Bänder still. Die weltweite Just-in-time-Logistik haben clevere Manager so lange optimiert, bis sie nun zusammengebrochen ist. Das muss man sich mal vor Augen halten: In dem Land, in dem vielen Menschen Aktien als Geldanlage schon zu risikoreich sind, legen bestens bezahlte Einkäufer alle Eier in ein Nest. China oder nichts. Hauptsache billig, denn dann gibt's Boni! „Geiz ist geil“ in seiner gefährlichsten Form.

Wenn es nur die Chips wären, könnte man sagen: Künstlerpech. Dumm gelaufen. Renkt sich wieder ein. Aber dem ist ja nicht so! So ziemlich jeder Branche fehlen Rohstoffe oder Halbfertigwaren. Die Kunststoffspritzer im Schwarzwald kriegen kein Granulat mehr, den Druckern fehlt Papier, dem Bau der Dämmstoff, den Metallverarbeitern der Stahl und dem Zimmermann das Holz.

Davon gäbe es im Schwarzwald ja eigentlich genug. Wenn man so will, ist Holz der Wind des Südens. Wächst von allein, muss man nur ernten. Wird aber miserabel vergütet. 300 Euro bringt eine Weißtanne, die fast 100 Jahre gewachsen ist. Fällen und aus dem Wald schleifen muss man den Baum für die paar Euro auch noch. Lohnt sich nicht? Vielleicht noch nicht. Und nur auf den Wald zu setzen, wäre sicher auch ein Holzweg. Aber man könnte was draus machen. Sich was einfallen lassen. Wie die Friesen. Die warten nämlich nicht mehr auf die Stromautobahnen aus dem Süden. Stattdessen versilbert man den Strom vor Ort. Man nutzt ihn für Rechenzentren, fürs Schürfen von Bitcoins oder um in Raffinerien synthetisches Kerosin herzustellen. Dass dieser Strom in Genossenschaften erzeugt wird und man die Gewinne nutzt, um damit Kindertagesstätten und Mobilität für alle zu ermöglichen, dass man dann hinget und Bauplätze an die Genossenschaften verkauft, die damit wiederum kluge junge Menschen in den Norden holen (vom Landarzt bis zum Software-Entwickler), sei nur am Rande erwähnt.

Und was machen wir im Süden? Laut Eigenwerbung können wir doch alles außer Hochdeutsch. Aber wir wehren uns gegen Lithiumförderung am Oberrhein, verklagen Kieswerksbetreiber, wenn sie Baggerseen erweitern wollen, gründen Bürgerinitiativen gegen Windkraftanlagen und ermutigen nach der Yoga-Stunde unsere Kinder, doch statt fünf nur vier Tage zu arbeiten. Man könnte fast meinen, uns geht's zu gut. ■

Ihre Wohlfühl-Oase im Freien. Zu jeder Jahreszeit.



Lamellendächer
ab 9.999 €
inkl. MwSt.
sofort lieferbar



Hemmler

Fenster • Haustüren • Rollläden • Sonnenschutz

Burdastraße 4 | 77746 Schutterwald
078 1 / 28 94 57 - 0 | www.hemmler.de



Weniger Schnickschnack vielleicht. Mehr Herz definitiv.

Der neue Macan. Vorwärtsdrang.

Die atemberaubenden Landschaften und die kurvenreichen Straßen des Schwarzwalds sind die perfekte Umgebung für den neuen Macan. Erleben Sie jetzt den unbändigen Vorwärtsdrang bei uns im Porsche Zentrum Offenburg. Unser Team steht Ihnen gerne mit #Herzblut und jeder Menge Leidenschaft zur Verfügung.

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

Macan · Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 10,9–10,8 · außerorts 7,6–7,4 · kombiniert 8,8–8,7 (NEFZ); kombiniert 10,7–10,1 (WLTP); CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 200–198 (NEFZ); 243–228 (WLTP); Stand 10/2021



PORSCHE