

A white outline of a shopping cart is centered within a large, semi-transparent green circle. The background of the entire page is a vibrant green with a pattern of faint, overlapping circles and lines, along with some faint text and numbers like 'www.', '9 770263 816076', and '16076'.

Boomendes Business

Der Trend zum E-Commerce

Seite 8



Editorial

Herzlichen Glückwunsch, Airport Weeze!

Der jüngste internationale Verkehrs-Flughafen in Nordrhein-Westfalen wird in diesen Tagen zehn Jahre alt. Weeze ist eine Erfolgsstory, auch für die Wirtschaft in unserer Region. Neue internationale Verbindungen und vor allem rund 2 000 neue Arbeitsplätze sind entstanden. Der Airport ist eine echte Jobmaschine.

Dabei war die zivile Nutzung des ehemaligen Flugfeldes der Royal Air Force kein Selbstläufer. Es gab Hindernisse und Schwierigkeiten zu überwinden. Die Weitsicht und die Ausdauer von Politik und Verwaltung im Kreis Kleve, die tatkräftige Unterstützung in Weeze, der Mut des privaten Investors und ein kluges und geschicktes Management haben diesen Erfolg möglich gemacht.

Heute ist der Airport Weeze nach Düsseldorf und Köln der drittgrößte Flughafen in Nordrhein-Westfalen. Seit seinem Bestehen haben rund 15 Millionen Passagiere den Airport genutzt, aktuell sind es 2,5 Millionen Gäste pro Jahr, davon 20 Prozent Geschäftsreisende.

Wenn wir dem Flughafen etwas zum 10. Geburtstag wünschen dürften, dann sicherlich, dass die Luftverkehrsabgabe auf Flüge von deutschem Boden wieder abgeschafft wird. Denn sie behindert unseren Airport im internationalen Wettbewerb.

Unsere IHK stand an der Wiege des jungen Airports: Wir begleiten ihn von Kindesbeinen an. Nun, den Kinderschuhen entwachsen, müssen wir ihn gemeinsam fit machen für die Zukunft. Besonders wichtig sind leistungsfähige Straßen, um den Airport gut erreichen zu können. Die Landesregierung ist hier in der Pflicht, rechtzeitig die Weichen für eine weiterhin erfolgreiche Entwicklung im deutsch-niederländischen Grenzraum zu stellen.

Wir alle freuen uns mit dem Airport über seinen Erfolg. Lassen Sie uns ihn gemeinsam auch weiterhin aktiv unterstützen!

Burkhard Landers

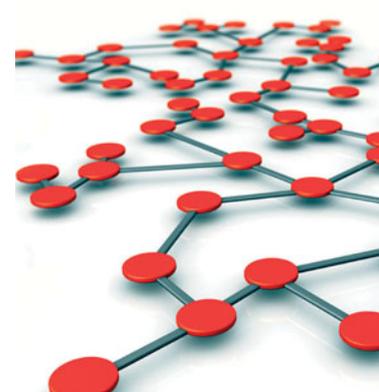
Präsident der Niederrheinischen IHK



8



12



14



16 62



(8) E-Commerce

Seit Jahren steigen die Umsätze im E-Commerce – sowohl im Online-Handel als auch im elektronischen Geschäftsverkehr. Dass es sich über das Internet gut verkaufen lässt, hat sich mittlerweile herumgesprochen. Experten sehen aber noch weiteres Potenzial und zahlreiche Herausforderungen für die Zukunft.

(Titelgestaltung: © cantaloop)

(12) Special zum IHK-Jahresthema

Dass der Breitbandausbau in ländlichen Räumen oft nicht so richtig vorankommt, liegt in den meisten Fällen an einer mangelnden Wirtschaftlichkeit dieser Projekte. Hoffnung machen aber neue technische Entwicklungen. Sinnvoll ist dabei die Zusammenarbeit von Kommunen und Netzbetreibern.

(14) Airport Weeze

Vor zehn Jahren eröffnete ein Ryanair-Linienflug von Weeze nach London den zivilen Betrieb auf dem einstigen Stützpunkt der Royal Air Force. Mit einem zweitägigen Festival feiert der Airport seinen Geburtstag und lädt zu einer riesigen Party ein.

(16) Regionale Ausbildungskonferenz

2013 ist das Jahr des doppelten Abiturjahrgangs. Die Regionale Ausbildungskonferenz, die am 18. April in der IHK tagte, erwartet deshalb steigende Bewerberzahlen. Für die Wirtschaft besteht die besondere Chance, jetzt den Fachkräftebedarf für morgen sicherzustellen.

(62) Mitarbeiter beurteilen

Der erste Eindruck, den eine Person hinterlässt, ist von entscheidender Bedeutung. Immer wieder kommt es dabei aber zu Fehleinschätzungen. Daraus können riskante Personalentscheidungen und erhöhte Fluktuation resultieren.

„tw aktuell“ –

Das Wirtschaftsmagazin im TV-Format. Die komplette Sendung zu ausgewählten Themen dieser Ausgabe kann über den QR-Code oder über die Mediathek unter www.ihk-niederrhein.de aufgerufen werden.



Inhalt

Editorial

- (1) Herzlichen Glückwunsch, Airport Weeze!

Kompakt

- (4) Emnid-Umfrage am Niederrhein
- (5) Termine kompakt
- (6) Energieeffiziente IT

- (7) **IHK-Service: Literatur-Tipp der Redaktion**

Titelthema

- (8) E-Commerce: Boomendes Business

IHK-Special zum Jahresthema

- (12) Den Breitbandausbau wirtschaftlich vorantreiben

- (13) **IHK-Service: Industrie, Umwelt, Energie**

Wirtschaft und Region

- (14) Airport Weeze feiert zehnten Geburtstag
- (16) Regionale Ausbildungskonferenz tagte
- (18) Akzeptanz für die Industrie erhöhen
- (19) Energie einsparen mit Kraft-Wärme-Kopplung

Unternehmen im Blick

- (20) Wirtschaftsticker
- (21) Solvay investiert am Standort in Rheinberg
- (22) Haniel mit Rekordverlust – Umsatz gehalten
- (24) Altana steigert Umsatz auch in 2012

- (26) **Zur Person**

Betriebspraxis

- (28) Mitarbeitergespräche
- (30) Neues aus den Hochschulen

- (46) **Handelsregister**

- (60) **Impressum**

Betriebspraxis plus

- (62) Den blinden Fleck ausfindig machen

- (64) **Einblick**

- Unternehmen können sich noch anmelden

Industrie zum Anfassen nah

Die dritte Auflage der „Langen Nacht der Industrie an Rhein und Ruhr“ bringt erneut die Wirtschaft und die Menschen aus der Region zusammen. Betriebe - vom Mittelstand bis zum Weltkonzern - öffnen am 17. Oktober ihre Tore und präsentieren moderne Technologien, Arbeitsprozesse und Produkte.

Unternehmen vom Niederrhein, die sich bei der „Langen Nacht der Industrie“ einem breiten Publikum vorstellen wollen, können sich noch bis zum 31. Mai unter www.langenacht-derindustrie.de anmelden. Ansprechpartner bei der Niederrheinischen IHK: Jörg Winkelsträter, Telefon 0203 2821-229, E-Mail winkelstraeter@niederrhein.ihk.de. ●

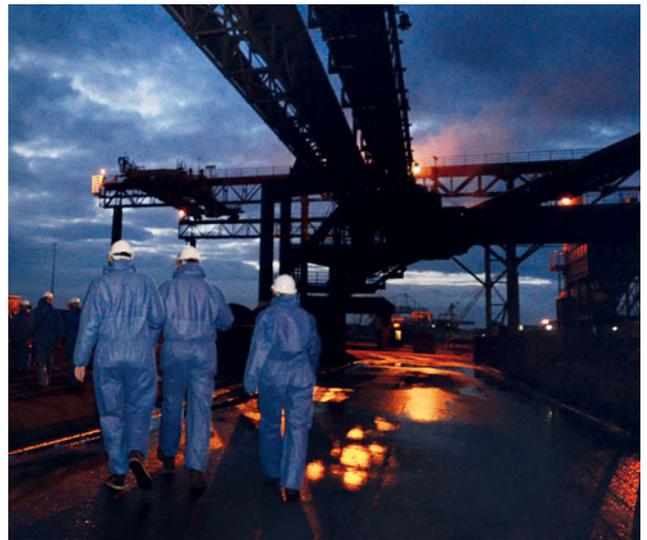


Foto: Ullrich Sorbe



Foto: © panthermedia.net/Andres Rodriguez

- Vereinfachte Meldepflicht für Hotels

Geringere Bürokratiekosten

Das zum 1. Mai 2015 in Kraft tretende Bundesmeldegesetz vereinfacht die Meldepflicht der Hotelbetriebe, und auch für den Gast wird es bequemer. Ihm darf dann ein vorab ausgefüllter Meldeschein vorgelegt werden, den er nur noch unterschreiben muss. Zudem werden die Aufbewahrungsfristen bundeseinheitlich auf ein Jahr nach Ankunft des Gastes festgesetzt.

Durch die neuen Regelungen entfallen Bürokratiekosten in Höhe von rund 35,5 Millionen Euro. Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag, Berlin, hatte sich im Rahmen des Bürokratieabbaus wiederholt für ein vereinfachtes Meldeverfahren in Hotels eingesetzt. ●

- Emnid-Umfrage auch am Niederrhein

Unternehmen bewerten IHK-Leistungen

Ab sofort ist es wieder soweit: Unter Federführung des Deutschen Industrie- und Handelskammertages, Berlin, lassen die IHKs eine repräsentative Umfrage bei Inhabern und Geschäftsführern durchführen. Damit wollen sie herausfinden, wie ihre Leistungen ankommen. Wieweit ist das Spektrum der Aufgaben bekannt, und wie nutzt die Wirtschaft die angebotenen Dienstleistungen? Wie zufrieden sind schließlich die Unternehmen mit der IHK-Arbeit? Die anschließende Analyse fließt in einen Verbesserungs- und Optimierungsprozess ein.

TNS Emnid, Bielefeld, wurde beauftragt, per Telefoninterview bundesweit IHK-zugehörige Unternehmen zu befragen. Firmen aus allen Regionen, Branchen und Betriebsgrößengruppen sind dabei repräsentativ vertreten. Die Niederrheinische IHK legt großen Wert auf die Meinung der Unternehmen und bittet die dortigen Ansprechpartner, sich Zeit für die Beantwortung der Fragen zu nehmen und auch Wünsche zu den Leistungen der IHK zu äußern. ●

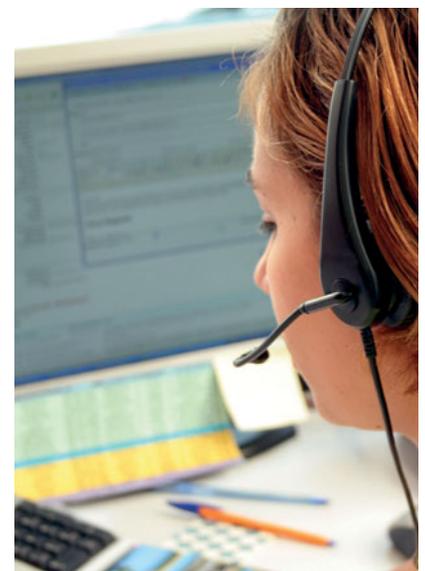


Foto: © panthermedia.net/studio99

- **Bekanntmachungen der IHK**

Immer aktuell im Internet

Wichtiger Hinweis für die IHK-zugehörigen Unternehmen: Alle offiziellen Bekanntmachungen veröffentlicht die IHK zeitnah auf ihrer Homepage www.ihk-niederrhein.de, und zwar unter der Rubrik „IHK-Bekanntmachungen“. Damit stehen die Informationen schneller zur Verfügung als bei einer Veröffentlichung in der Zeitschrift „Thema Wirtschaft“. Hinsichtlich der Veröffentlichungspflicht zählt die Bekanntmachung im Internet. Ist bei Beschlüssen Satzungsrecht der IHK berührt, so erfolgt die Veröffentlichung weiterhin in der IHK-Zeitschrift „Thema Wirtschaft“.

Dies geht zurück auf einen Beschluss der Vollversammlung. Nähere Informationen bei Ass. Matthias Wulfert, Geschäftsbereich Recht und Steuern, Telefon 0203 2821-309, E-Mail wulfert@niederrhein.ihk.de.

Aktuelle Bekanntmachungen: Sitzung der Vollversammlung am 12. Juni, Handelsrichter. ●

- **Vollversammlung der Niederrheinischen IHK**

Sitzung am 12. Juni



Foto: Ullrich Sorbe

Die nächste Vollversammlung der Niederrheinischen IHK findet am 12. Juni um 16 Uhr im PAN kunstforum niederrhein e. V., Agnetenstraße 2, Emmerich am Rhein, statt. Die Tagesordnung wird etwa zwei Wochen vor dem Vollversammlungstermin im Internet unter www.ihk-niederrhein.de/IHK-Bekanntmachungen veröffentlicht.

Für IHK-Zugehörige ist die Sitzung öffentlich. Weitere Informationen: Ass. Matthias Wulfert, Telefon 0203 2821-309, E-Mail wulfert@niederrhein.ihk.de. ●

- **Leitfaden für Gastronomie und Einzelhandel erschienen**

Geistig behinderte Kunden bedienen

Für Kunden mit geistiger Behinderung existieren besonders viele Barrieren im Alltag – etwa beim täglichen Einkauf oder beim Besuch eines Cafés oder Restaurants. Was kann man tun, um Barrieren im Einzelhandel und in der Gastronomie möglichst gar nicht erst entstehen zu lassen? Ein Projekt der Bundesvereinigung Lebenshilfe e. V., Berlin, hat zu diesem Thema einen kurzen Leitfaden zum Umgang mit Menschen mit geistiger Behinderung erarbeitet. Er richtet sich an Mitarbeiter im Einzelhandel und in der Gastronomie, mit dem Ziel, mehr Verständnis für Menschen mit kognitiver Beeinträchtigung zu erreichen. Gleichzeitig zeigt er, dass der Service für diese Kunden oftmals gar nicht kompliziert oder zeitaufwändig sein muss. Der Leitfaden ist unter www.lebenshilfe.de abrufbar. ●

IHK-Service



Termine kompakt

Innovationstag Mittelstand

Erwartet werden über 300 Unternehmen und Forschungseinrichtungen aus allen Technologiebereichen und Bundesländern. 16. Mai, AiF Projekt GmbH, Berlin.

www.zim-bmwi.de/veranstaltungen

Seminar: Mitarbeitergespräche

Das Führen von Kritikgesprächen stellt Führungskräfte immer wieder vor eine große Herausforderung. Fehler, die häufiger auftreten, Unzuverlässigkeiten, Konflikte unter den Mitarbeitern oder Demotivation müssen angesprochen werden. Entscheidend ist hier, durch eine konstruktive Gesprächsführung Lösungen zu finden und Vereinbarungen zu treffen, auf die sich Mitarbeiter und Vorgesetzte verständigen können. 22. Mai, 9 bis 16.30 Uhr, in der IHK, Duisburg. Informationen und Anmeldung: Maria Kersten, Telefon 0203 2821-487.

E-Mail kersten@niederrhein.ihk.de

DNHK-Seminar

Veranstaltung „Niederlande-Knigge XL“ der Deutsch-Niederländischen Handelskammer. 28. Mai, 10 bis 17 Uhr, Gemeinde Nijmegen, Korte Nieuwstraat 6, 6511 PP Nijmegen (Niederlande).

www.dnhk.org/seminars

Markendesign für Unternehmen

Mit welchen Strategien gelingt es, dass Marken einen Platz in unserem Bewusstsein erobern? Christoph Zielke, Professor für Mediendesign an der Hochschule Rhein-Waal, gibt Unternehmen einen Einblick in die Markenwelt. 5. Juni, 17 bis 19 Uhr, in der IHK, Duisburg. Anmeldung bei Stefan Finke, Telefon 0203 2821-269.

E-Mail finke@niederrhein.ihk.de

Handelsschiedsgerichtbarkeit

Veranstaltung der IHKs im Ruhrgebiet: „Optionen zur Streitbeilegung im grenzüberschreitenden Geschäft“. 6. Juni, 14 bis 18 Uhr, in der IHK, Duisburg. Informationen und Anmeldung bei Larissa Fuhrmann, Telefon 0203 2821-347.

E-Mail fuhrmann@niederrhein.ihk.de



IHK-Service

Termine kompakt

Transport Logistic

Internationale Fachmesse für Logistik, Mobilität, IT und Supply Chain Management, 4. bis 7. Juni, Messe München.
www.transportlogistic.de

IHK-Sommerempfang

Am 12. Juni um 18 Uhr findet im PAN kunstforum in Emmerich der IHK-Sommerempfang statt. Johannes Rimmel, Minister für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen, referiert über das Thema „Zukunft mit grüner Wirtschaft?“. Weitere Informationen: Melanie Fröde, Telefon 0203 2821-204.
E-Mail froede@niederrhein.ihk.de

IHK-Zertifikatslehrgang:

Key-Account-Manager

Key-Accounts sind besonders wichtige Kunden, deren erfolgreiche Betreuung erheblich zum Unternehmenserfolg beiträgt. Der Lehrgang vermittelt Kenntnisse und Methoden für alle Aspekte der Key-Account-Bearbeitung. Dazu zählen Kundenorientierung und ein Entwicklungsplan ebenso wie Kommunikation, Rhetorik und Zeitmanagement. 17. bis 21. Juni, 9 bis 16.30 Uhr (40 Unterrichtsstunden), in der IHK, Duisburg. Informationen und Anmeldung bei Maria Kersten, Telefon 0203 2821-487.

E-Mail kersten@niederrhein.ihk.de

IHK-Zertifikatslehrgang: Business Coach

Coaching hat sich in den letzten Jahren zu einem der innovativsten Instrumente der Personalentwicklung etabliert. Ein Coach unterstützt zielgerichtet Führungskräfte und Mitarbeiter auf dem Weg in ein zufriedenstellendes und erfolgreiches Berufsleben. Die Niederrheinische IHK bietet einen Coaching-Zertifikatslehrgang an, der Selbststudienanteile und kombinierte Präsenzseminare verknüpft. Teilnehmer erhalten unter anderem die Möglichkeit zur Entwicklung ihrer Sozial-, Fach- und Methodenkompetenz. 28. Juni 2013 bis 5. April 2014, Informationen und Anmeldung bei Maria Kersten, Telefon 0203 2821-487.

E-Mail kersten@niederrhein.ihk.de

• 1. Deutscher Diversity-Tag

Vielfalt in Unternehmen

Über 250 Aktionen, Workshops und Tagungen stehen auf dem Programm des 1. Deutschen Diversity-Tages am 11. Juni, der sich an Unternehmen und Institutionen richtet. Ziel ist es, die Vielfalt unter Mitarbeitern und Kunden in die Öffentlichkeit zu rücken. Sie ist sowohl wirtschaftlich als auch gesellschaftspolitisch ein Zukunftsthema: Mit Diversity Management lässt sich unter anderem Herausforderungen wie dem demografischen Wandel und dem daraus resultierenden Fachkräftemangel erfolgreich begegnen, so der Verein Charta der Vielfalt als Ausrichter der Veranstaltung.

Über 1400 Unternehmen und Institutionen mit insgesamt 6,5 Millionen Beschäftigten tragen bereits dazu bei, die Vielfalt in der Wirtschaft zu fördern. Der 1. Deutsche Diversity-Tag soll deshalb zu einem intensiven Austausch führen und neue Ideen aufzeigen. Mehr Details und Anmeldung unter www.deutscher-diversity-tag.de. ●

• Neue Perspektiven für ehemalige Soldaten

Fachkräftepotenzial ausschöpfen

Die Bundesagentur für Arbeit (BA) erwartet bis zum Jahr 2025 einen Rückgang von bis zu sechs Millionen Erwerbstätigen. Ein Weg zur Minderung des Fachkräftemangels liegt laut BA darin, das Potenzial von jährlich 15 000 ausgeschiedenen Soldatinnen und Soldaten auf Zeit stärker zu nutzen. Dazu berieten sich Vertreter des Deutschen Industrie- und Handelskammertages, des Bundesverteidigungsministeriums, des Bundeswirtschaftsministeriums und der Bundesagentur für Arbeit Mitte März gemeinsam in Berlin.

Die Wirtschaft sollte sensibilisiert, bestehende Beratungsangebote genutzt und die Kooperation der involvierten Institutionen ausgebaut werden, so die Beteiligten. Die bessere Einbindung von Reservisten sei für die Unternehmen Herausforderung und Chance zugleich. Bereits jetzt unterstützen die IHKs vor Ort mit Beratungsangeboten und bieten in verschiedenen Bereichen Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen an. ●

• „GreenIT Best Practice Award“ ausgeschrieben

Energieeffiziente IT

Bereits zum vierten Mal wird der „Best Practice Award“ vom Netzwerk GreenIT-BB und seinen Partnern in Kooperation mit dem Bundesverband der IT-Anwender Voice e. V. ausgeschrieben. Gesucht werden innovative Konzepte und Lösungen zur Steigerung der Energie- und Ressourceneffizienz. Bis zum 16. August können Unternehmen aller Branchen, wissenschaftliche Einrichtungen, Hersteller und Behörden ihre Bewerbungen in drei Kategorien einreichen.

Dabei kann der Schwerpunkt eines Projektes beispielsweise auf dem energieeffizienten Betrieb von Rechenzentren oder auf intelligenten IT-Lösungen, die den Energieverbrauch von Geschäftsprozessen optimieren, liegen. Gleichmaßen können Bewerbungen eingereicht werden, die sich mit Visionen zur ressourcensparenden Neuorganisation von Geschäftsprozessen befassen. Die Teilnahmeunterlagen können unter www.greenit-bb.de angefordert werden. ●

IHK-Service



Literatur-Tipp der Redaktion



Web-Adressbuch



Die neue Ausgabe des führenden deutschen Internet-Guides „Das Web-Adressbuch für Deutschland“ präsentiert die besten und wichtigsten Internet-Adressen auf einen

Blick. Zu über tausend Themenbereichen werden jeweils bis zu zehn Top-Adressen übersichtlich im Web-Adressbuch präsentiert. Die Redaktion testet, bewertet und vergleicht jedes Jahr aufs Neue und hat aus den Tiefen des Internets wieder die besten Perlen herausgefischt. Mithilfe des Web-Adressbuchs spart man sich das ewige Durcharbeiten der Trefferlisten in Suchmaschinen und stößt auf viele interessante und praktische Web-Seiten, die im Netz oft gar nicht oder nur schwer zu finden sind. Mathias Weber (Hrsg.): Das Web-Adressbuch für Deutschland 2013, ISBN 978-3-934517-15-8, 16,90 Euro, mv-Verlag, Freiburg.

Gute Ergonomie

Rund 20 Millionen PC-Arbeitsplätze gibt es in Deutschland, an denen rund 30 Milliarden Stunden jährlich sitzend gearbeitet wird. Das summiert sich auf rund zehn Jahre sitzende Tätigkeit im Lauf eines Arbeitslebens. Erfahrungen zeigen, dass über 95 Prozent der Bürostühle falsch eingestellt sind. Daraus resultieren Fehlhaltungen und Fehlbelastungen. Oft werden dabei aus leichten Anfangsbeschwerden behandlungsbedürftige Leiden. Der Leitfaden erklärt in 21 Kapiteln neben den grundlegenden Einstellungen und Wirkungsweisen auch die häufigsten Fehler. Er ist als Nachschlagewerk konzipiert, um

einzelne Einstellungen überprüfen und korrigieren zu können. Gute Ergonomie – Gesünder Arbeiten am PC, Petra Stehle, Dr. Christian Erhard, 72 Seiten, 9,90 Euro, ISBN 978-3-00-041308-7, MED & BES UG, München.

Systemisch führen – Grundlagen, Methoden, Werkzeuge

Wie können Führungskräfte ihren Mitarbeitern Orientierung bieten – und trotzdem wirtschaftliche Unsicherheiten in ihre Überlegungen einbauen? Wie können Führungskräfte für eindeutige Ergebnisse sorgen – obwohl Organisationen nur beschränkt steuerbar sind? Warum bringt Führung einen Mehrwert – obwohl die heutige Netzwerkgesellschaft generell Hierarchien infrage stellt? Der Rahmen, in dem sich Führung heute abspielt, unterliegt nicht nur massiven Veränderungen, er ist bisweilen geradezu paradox. Führung wird heute mehr denn je gebraucht, doch die benötigten Führungskompetenzen und -methoden sind heute grundsätzlich andere als noch vor wenigen Jahren. Frank Michael Orthey entwickelt in diesem Buch ein Führungsmodell, das diesen veränderten Rahmenbedingungen mehr als gerecht wird: das systemische Führungspentagramm. Ausgehend von einem systemischen Grundverständnis beleuchtet das Modell Führung in fünf Dimensionen, die jeweils miteinander in Beziehung stehen: Aufgaben, Organisation, Beziehung, Kultur und Person. Im zweiten Schritt wird es auf Führungskompetenzen und -stile bezogen und in einem dritten Schritt mit praxisorientierten Anwendungen unterfüttert. Frank Michael Orthey, Systemisch Führen – Grundlagen, Methoden, Werkzeuge, 216 Seiten, gebunden, 39,95 Euro, ISBN 978-3-7910-3277-1, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.



Ein Ende des Booms ist nicht abzusehen

E-Commerce wird interaktiver und individueller

E-Commerce erfreut sich in den letzten Jahren einer anhaltend dynamischen Entwicklung, sowohl im B2C- (Business-to-Consumer-) als auch im B2B-(Business-to-Business-)Bereich. Dass es sich über das Internet gut verkaufen lässt, hat sich mittlerweile herumgesprochen: Der Umsatz hat alleine im B2C-Bereich von 2002 bis 2012 von acht auf geschätzte 29,5 Milliarden Euro zugelegt. Gleichzeitig hat sich der Anteil der Online-Käufer von rund 30 auf über 70 Prozent mehr als verdoppelt. Es bleibt aber noch viel Luft nach oben, denn die Potenziale und Herausforderungen sind nach wie vor enorm.





Klassische Bestellwege spielen eine immer geringere Rolle: Im vergangenen Jahr entfielen rund 20 Prozent der Umsätze auf telefonische Bestellungen, fünf Prozent weniger als 2011. Bestellungen per Brief, Postkarte oder Fax machten zusammen gerade einmal noch knapp über vier Prozent des Gesamtumsatzes aus. Das Einkaufen im Internet, vor allem im stationären Internet am heimischen PC, wächst hingegen überproportional. E-Commerce erfährt zurzeit einen neuen Schub. Beim Versandhandel ist die Dominanz des Internets nicht mehr wegzudiskutieren.

Betrachtet man die steigenden Zahlen der E-Commerce-Umsätze, sind vor allem zwei Faktoren maßgeblich für diese Entwicklung. Zum einen haben die Ausgaben zugenommen, zum anderen hat sich die Anzahl der Käufe erhöht. Der Markt für digitale Angebote, insbesondere bei Büchern, Bekleidung, Elektronik, Schuhen, Kosmetik, Flügen und Reisen hat sich mittlerweile fest etabliert und ist weiter auf Expansionskurs. Doch die Potenziale sind noch nicht ausgereizt. Erstens, weil die Kaufbereitschaft auch in Zukunft zunehmen wird, und zweitens, weil sich die technischen Voraussetzungen verbessern. Außerdem wird das Angebot von Waren und Dienstleistungen im Internet zunehmend zu einem strategischen Erfolgsfaktor für Marketing und Vertrieb in nahezu allen Branchen.

Unterschätzter Markt

Das Volumen, das im elektronischen Geschäftsverkehr und beim Handel zwischen Geschäftskunden abgewickelt wird, wird aber immer noch unterschätzt. Dabei gelten die Potenziale für den B2C-Sektor ebenso für den Bereich B2B. Doch der B2B-E-Commerce-Markt ist anspruchsvoller als der Online-Handel mit Endverbrauchern. Schließlich werden hier mehr als vier Fünftel des E-Commerce-Marktvolumens auf dem Wege der elektronischen Vernetzung generiert. Eine weitere Besonderheit ist, dass Waren im B2B-Bereich häufig erst „on demand“ produziert werden. Aktuelle Zahlen des Instituts für Handelsforschung in Köln beziffern das Volumen für das vergangene Jahr auf gewaltige 870 Milliarden Euro. Dies entspricht 97 Prozent des gesamten deutschen E-Commerce-Volumens – der Bereich B2C belief sich 2012 auf 29,5 Milliarden Euro. Aber Bestellungen in „regulären“ B2B-Online-Shops haben bisher lediglich einen Anteil von 35 Milliarden Euro.

Während im B2C-Online-Handel Bestellungen über Online-Shops Alltag sind, dominiert im B2B-E-Commerce aktuell noch der automatisierte Datenaustausch. Das heißt, Bestellungen, Rechnungen oder Produktbeschreibungen werden online über ein vordefiniertes Format übermittelt und weiterverarbeitet. Vor allem gilt dies für den Bereich der Beschaffung, wo der elektronische Datenaustausch die Basis des eProcurements bildet – ein Begriff, der vor allem dann verwendet wird, wenn gesicherte Zugänge in Extranets oder Intranets erfolgen sollen, die besonders abgesichert und für Dritte nicht zugänglich sind. Hinzu kommen Dienstleistungen und Transaktionen über Marktplatz- und Beschaffungsplattformen.

Enormes Potenzial

Summa summarum: Der digitale B2B-Markt hat enormes Potenzial, denn Geschäftskunden übertragen ihr privates Einkaufsverhalten und damit verbundene Erwartungen an den Handel zunehmend in ihren Geschäftsalltag. So werden im B2B-Bereich Online-Shops, wie man sie als Privatkunde kennt, immer wichtiger. Daher wird der Bedarf an standardisierter Ware, das Einkaufserlebnis und die „Usability“ von B2B-Internetauftritten und Online-Shops zunehmend an Bedeutung gewinnen.

„Mobile-Local-Social“ wird zur integrativen Strategie für den E-Commerce. Auch wenn die Absatzzahlen im Vergleich zu anderen Distributionswegen verhältnismäßig gering sind, werden heute und in Zukunft Kaufentscheidungen immer mehr auf dem Sofa entschieden („Couch-Commerce“). Der Einkauf im Internet (local) wird sich weiter zu einem sozialen Erlebnis entwickeln. Social Commerce integriert die sozialen Kanäle in den Kaufentscheidungsprozess. In Zukunft werden in den sozialen Kanälen vermehrt Distributionen möglich. Mobiler E-Commerce muss immer mehr an crossmediale Gesamtstrategien angepasst werden. Die Grenzen zwischen mobile, local und social werden sich immer mehr auflösen. Langsam aber sicher werden sich diese Felder bis 2015 annähern.

Außerdem wird das „Mobile Payment“ Einzug erhalten. „Mobile Advertising“ entwickelt sich hingegen etwas langsamer. Sicher ist, dass der Couch-Commerce in all seinen Facetten zu einer immer wichtigeren wirtschaftlichen Größe aufsteigen wird. Dazu wächst die Erkenntnis in den Unternehmen, dass sie mit mobi-



len Endgeräten Prozesse für Mitarbeiter vereinfachen können. Hier existiert ein hohes Potenzial an Kosteneinsparung und Prozessoptimierung. In diesem Feld muss ein Lernprozess stattfinden, um Ängste beim Konsumenten abzubauen. Gleichzeitig ist es notwendig, dass Anbieter ihre Dienste mit einer genauso verlässlichen Sicherheit versehen wie im stationären Web.

Das Multichannel-E-Commerce zielt darauf ab, Omnipresenzen von Online-Angeboten, Marken und Dienstleistungen im Internet zu erzeugen. So soll der Kunde an denjenigen Orten abgeholt werden, an denen er sich bewegt. Zu den Channels zählen Retail, Online- und Mobile Shops, Mobile Appstores, Telefonverkauf und alle anderen Kanäle, auf denen mit Kunden kommuniziert wird. Der multioptionale Konsument verlangt nach Multi-Absatzkanälen. Daher müssen Unternehmen heute - und mehr noch in der Zukunft - jedem Kunden den für ihn richtigen Absatzkanal bieten, um damit die Kundenbindung zu steigern und neue Zielgruppen ansprechen zu können. Kunden nutzen diese Kanäle nicht alternativ, sondern synchron. Dies wird durch die zunehmende Parallelnutzung von TV und mobilen Endgeräten oder Laptops belegt. Auch wenn die mobilen Kommunikationskanäle noch längst nicht die Kaufkraft des Fernsehens entwickeln konnten, liegen hier die überproportionalen Entwicklungschancen für Multichannel-Lösungen.

Individualisierung

Ein weiteres Erfolgskriterium wird in Zukunft die Fähigkeit zur Individualisierung der Informations- und Kommunikationsmittel sein (One-to-One-Marketing). Dabei steht jede einzelne Kundenbeziehung im Mittelpunkt der Betrachtung, mit dem Ziel, Kunden individuell anzusprechen und angebotene Produkte und Dienstleistungen individuell zu gestalten. Auch wenn Millionen von Kundenadressen verwaltet werden, kann jeder einzelne Kunde exakt abgebildet werden. One-to-One-Marketing denkt nicht in Kundensegmenten in einer aggregierten anonymen Masse. Es sieht jede Einzelperson als eigenständiges Marktsegment. Vor diesem Hintergrund bilden Kundendaten, die über eCRM-Systeme im Internet gewonnen werden, einen immensen strategischen Vorteil gegenüber dem Wettbewerb. Es geht dabei um die Sammlung und Personalisierung von Kundendaten zur gezielteren Ansprache und um die Steigerung der Konversionsrate.



15 000 neue Arbeitsplätze erwartet

Bundesweiter DIHK-Handelsreport: Die Geschäfte laufen insgesamt rund

Die Krisenstimmung im deutschen Handel hat sich wieder beruhigt. Die Branche hat sich stabilisiert und blickt optimistisch in die Zukunft. Das geht aus dem aktuellen Handelsreport hervor, den der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) in Berlin vorgelegt hat.

Demnach rechnet der DIHK in diesem Jahr mit 15 000 zusätzlichen Arbeitsplätzen, insbesondere im Groß- und im Online-Handel. Der Versand- und Internet-Handel strotzen vor Optimismus. Einkäufe laufen zunehmend über das Internet. Der Online-Handel trage damit seinen Teil dazu bei, dass die Geschäfte in der Branche insgesamt weiterhin rund laufen, so die IHK-Organisation. Besonders gute Entwicklungen sind vor allem bei Produkten der Informations- und Kommunikationstechnologie - vom Laptop bis zum Smartphone - zu verzeichnen.

Zwar fließt der Großteil der Kaufkraftzuwächse eher in andere Konsumsparten, beispielsweise in die Gastronomie. Dennoch kommen steigende Einkommen und Beschäftigungswachstum auch beim Handel an. Dies wirkt sich auch positiv auf die Beschäftigungspläne der Branche aus. Die Erwartungen unterscheiden sich aber nicht nur zwischen einzelnen Sparten, sondern auch nach Unternehmensgröße und Region. Besonders zuversichtlich sind die Händler im Süden der Republik sowie Handelsunternehmen mit mehr als 1000 Mitarbeitern.

Der Handelsreport 2013 steht unter www.dihk.de/ressourcen/downloads/dihk-handelsreport-2013 zur Verfügung.



Die notwendigen Informationen sind mannigfaltig im Internet vorhanden, und mit entsprechenden technischen CRM-Unterstützungen können in kurzer Zeit unzählige Daten (big data) gesammelt werden. Doch dies macht nur Sinn, wenn die Daten so strukturiert werden, dass von ihnen Handlungs- und Marketingempfehlungen abgeleitet werden können.

Bereits existierende Anbieter werden ihren Online-Service in den nächsten Jahren weiter optimieren müssen. Hier steigen die Erwartungen an die Servicequalität, konkret an die Schnelligkeit und Zuverlässigkeit in der Beantwortung von Interessenten- und Kundenanfragen, rapide an. Service Excellence wird in Zukunft ein entscheidender Faktor für die Ansprache von Kunden im Internet sein. Dies gilt für die Leadgewinnung, also die Gewinnung von Neukunden, genauso wie für die Kundenbindung. Ansatzpunkte können dabei die eigene Unternehmens-Webseite oder auch der eigene Shop sein. Hier muss den Interessenten eine Anlaufstation für Fragen und Interessenbekundungen angeboten werden. Ein Kontaktformular ist dabei das Mindeste.

Doch die Zukunft wird noch einen Ausbau der interaktiven Kommunikation erfordern, zum Beispiel durch eine Chatfunktion, die von Fachexperten im Unternehmen betreut wird. Die asynchrone Kundenbetreuung wird in den nächsten Jahren ab-, die synchrone Betreuung durch Chats und andere Systeme zunehmen. Die Anbieter müssen sich auf diesen Trend einstellen, um situative und spontane Kaufimpulse ebenso schnell bedienen zu können.

Handelsstufen hinterfragen

Disruptiven innovativen Geschäftsmodellen – solche, die das Potenzial haben, bestehende zu verdrängen – gehört in Nischen und auch in etablierten Branchen die Zukunft. Sowohl bei B2B als auch bei B2C geht es um das Hinterfragen klassischer Handelsstufen und -wege. Ineffiziente Stufen müssen radikal ausgeschaltet werden. Die Potenziale der Digitalisierung ermöglichen hohe und effiziente Skalierungen. Das Innovations-Vakuum etablierter Händler ist konstruktiv zu reflektieren, gegebenenfalls auszuschalten. Häufig findet man Beispiele disruptiver Geschäftsmodelle in konsequent digital denkenden Unternehmen, zum Beispiel bei „AmazonSupply“ oder „MyTaxi“.

Doch dazu müssen nicht zwingend alte Geschäftsmodelle über Bord geworfen werden. Diese Strategie kann in erfolgreichen Un-

ternehmen nach dem Dominanzprinzip in einem Geschäftsbereich oder einer Sparte gestartet werden. Denn eine disruptive Innovation ist ein Prozess, der in einer kleinen, unscheinbaren Nische eines Unternehmens beginnt. Auf der Grundlage einer neuen Technologie oder eines neuartigen Geschäftsmodells werden Produkte oder Dienstleistungen entwickelt, die zunächst nur einen kleinen Teil von Kunden ansprechen. Dann gewinnt dieses Angebot an Fahrt, wird zu einem dominierenden Marktfaktor und verdrängt am Ende viele etablierte Unternehmen und ihre Produkte.

Online-Content-Marketing

Das Suchmaschinen-Marketing wird zum Online-Content-Marketing. Darunter wird eine ganzheitliche Strategie für die Kommunikationspolitik verstanden, in denen die drei operativen Säulen Suchmaschinenoptimierung, Contenterstellung und -distribution und Social Media aufeinander abgestimmt Käufer in die Shops führen sollen. Web-Controlling und -Monitoring bekommt für die Erfolgsmessungen eine wichtigere Rolle als es heute schon hat.

Das traditionelle Web-Marketing wird als zunehmend irrelevanter und ineffektiver betrachtet. Die bisherigen Varianten der Internetwerbung wie die Suchmaschinenoptimierung werden mehr und mehr dazu genutzt, den Mittelpunkt der Medienaktivitäten in Form des Content-Marketings zu unterstützen. Dieses spricht mit informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten potenzielle Kunden an, um sie vom eigenen Unternehmen oder vom Leistungsangebot zu überzeugen. Direkte Werbung wird dann weitgehend vermieden. ●

Professor Dr. Gerald Lembke, Mannheim

Infobox



Professor Dr. Gerald Lembke, Leiter des Studiengangs Digitale Medien an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg, Mannheim, ist seit 2012 Präsident des Bundesverbandes Medien und Marketing (www.bvmm.org). Er hat zahlreiche Bücher zu den Themen Wissensnetzwerke, Social Media Marketing und digitale Medien verfasst. Kontakt zum Autor unter www.gerald-lembke.de.



Den Breitbandausbau wirtschaftlich vorantreiben

Neue Möglichkeiten auch im ländlichen Raum

Dem vom Markt betriebenen Breitbandausbau steht in ländlichen Räumen häufig eine fehlende Wirtschaftlichkeit entgegen. Die technischen Voraussetzungen für urbane und ländliche Hochleistungsnetze sind aber grundsätzlich gleich. Bei deren Gestaltung können Kommunen marktwirtschaftlich agieren. Ein Beitrag von Jochen Schwarz, Alcatel Lucent Holding GmbH, Stuttgart, im Rahmen des IHK-Jahresthemas „Infrastruktur – Wege für morgen“.

Beim Breitbandausbau finden wir im ländlichen Raum häufig folgende Situation vor: Hier leben weniger Menschen auf einer größeren Fläche. Relativ weite Strecken werden mit herkömmlichen Kupferkabeln überbrückt. Je länger ein solches Kabel ist, desto weniger Daten können in einer bestimmten Zeit übertragen werden. Das heißt: Mit zunehmender Leitungslänge sinkt die Übertragungsgeschwindigkeit. Gleichzeitig sind die Ansprüche der Kunden an schnellere Netze in den letzten Jahren gestiegen. Doch nicht nur private Haushalte, sondern insbesondere auch Unternehmen werden in Zukunft zunehmend auf leistungsfähige Breitbandanschlüsse angewiesen sein. Fest steht, dass das herkömmliche Kupfernetz den steigenden Bedarf auf absehbare Zeit nicht mehr decken können wird.

Die zukunftsfähigste Lösung wäre, das ganze Land mit Glasfaseranschlüssen zu versorgen, doch dafür gibt es kein tragfähiges Geschäftsmodell. Die zu erwartenden Einnahmen decken nicht die Kosten für den Ausbau und Betrieb im vorgegebenen Abschreibungszeitraum ab. Der größte Teil der Kosten steckt in der Leitungsverlegung, also im Hoch- und Tiefbau. Doch wie können ländliche Räume wirtschaftlich rentabel mit Breitband versorgt werden?

Die fast flächendeckende Anbindung von unversorgten, sogenannten weißen Flecken erfolgte in den vergangenen zwei Jahren vor allem über Funkzugangnetze auf Basis des Funk-

netzstandards LTE 800. Da jede Funkzelle einen relativ großen geografischen Bereich abdecken kann, sind die Anschlusskosten im Vergleich zu kabelgebundenen Lösungen deutlich geringer. Bei Funktechnologien teilen sich alle Nutzer die Bandbreite, das heißt, je mehr Teilnehmer gleichzeitig in der Funkzelle sind, desto langsamer wird für jeden Einzelnen das „Netz“. Damit ist auch hier absehbar, dass die derzeitige Kapazität für künftige Anwendungen eventuell nicht ausreichen wird.

Die aktuelle Herausforderung liegt darin, alle Haushalte mit Hochleistungszugängen mit Geschwindigkeiten von über 50 Megabit pro Sekunde (Mbit/s) zu versorgen. Doch das ist für die Netzbetreiber teuer. Deswegen geht man schrittweise vor: Bei der Erneuerung der Breitbandinfrastrukturen werden Kupfer- durch Glasfaserkabel überbaut. Nach und nach werden diese dann immer näher an die Häuser der Nutzer heran und in die Häuser hinein verlegt. Im Zuge der technologischen Weiterentwicklung werden auch neue Verfahren zu einer kosteneffizienten Breitbandversorgung beitragen. So verspricht zum Beispiel die Weiterentwicklung von LTE Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 300 Mbit/s. Auch das seit einiger Zeit verfügbare VDSL2-Vectoring ermöglicht höhere Bandbreiten zum Teilnehmer über die herkömmliche Kupferleitung. Hier muss nur die Glasfaser bis zum Verteiler in der Straße gebracht werden.

Die Kommunen können zu einem schnellen und effizienten Ausbau beitragen, indem sie die Netzbetreiber bei der Bedarfsermittlung unterstützen. Kostensenkend wirkt auch die Mitverlegung von Glasfaserkabeln oder Leerrohren bei geplanten Bauvorhaben oder die Nutzung alternativer Verlegeverfahren. Dies gilt ebenso für die Mitnutzung vorhandener Infrastrukturen. Gezielte Subventionierungen sollten als letzter möglicher Schritt eingesetzt werden, um verbleibende Wirtschaftlichkeitslücken zu schließen. ●

IHK-Service



Industrie, Umwelt, Energie



Der Spitzenausgleich – ein weiterer Grund für „EMAS“

Als Voraussetzung zur Gewährung von Erleichterungen im Energie- und Umweltrecht setzt die Politik zunehmend auf die Einführung von Managementsystemen. Dies betrifft insbesondere Unternehmen des produzierenden Gewerbes. Sie sind vielfach auf Erleichterungen angewiesen, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. Eine Möglichkeit dazu bietet die Einführung des europäischen Umweltmanagementsystems EMAS, das hohe Anforderungen stellt, aber sowohl im Energie- als auch im Umweltbereich anerkannt ist. Dies gilt zum Beispiel für den sogenannten Spitzenausgleich zur Entlastung bei der Energie- und Stromsteuer, aber auch mit Blick auf die Häufigkeit durchzuführender Umweltinspektionen in einem Unternehmen.

So ist der Spitzenausgleich für energieintensive Unternehmen seit dem 1. Januar an den Nachweis gebunden, dass ein Energiemanagementsystem (nach DIN EN ISO 50001) oder ein Umweltmanagementsystem (nach EMAS) betrieben wird. Zum Erhalt des Anspruchs in den Jahren 2013 und 2014 reicht der Nachweis, dass ein solches Managementsystem eingeführt wird. Für Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitern ist zumindest ein Managementsystem nach den Anforderungen der DIN EN 16247-1 erforderlich.

Seit 2009 sieht das Erneuerbare-Energien-Gesetz vor, dass stromintensive Unternehmen mit einem Verbrauch von mehr als zehn Gigawattstunden zur Anerkennung der Ausgleichsregelung über eine zertifizierte Bewertung der Energieverbräuche und Einsparpotenziale verfügen müssen. Auch diese Anforderung wird mit einer gültigen EMAS-Registrierung erfüllt. Erleichterungen sind ebenso in der europäischen Richtlinie über Industrieemissionen (IE-Richtlinie) vorgesehen.



Ein ergänzender TV-Beitrag zu diesem Thema ist auch direkt über den nebenstehenden QR-Code oder in der tw-aktuell-Mediathek unter www.ihk-niederrhein.de abrufbar.

Demnach ist die Teilnahme an dem Managementsystem ein Kriterium für die Beurteilung von Umweltrisiken, die vom Betrieb einer Industrieanlage ausgehen. Nach diesem Risiko richtet sich, wie häufig Inspektionen vor Ort vorzunehmen sind. Wenn die zuständigen Behörden mit der Umsetzung der IE-Richtlinie in diesem Frühjahr beginnen und die Umweltrisiken von Industrieanlagen bewerten, müssen sie entsprechende EMAS-Registrierungen hierbei berücksichtigen. Dies kann zur Folge haben, dass ein Unternehmen sich nicht jedes Jahr, sondern nur einmal in drei Jahren einer Umweltinspektion unterziehen muss.

Auch für Unternehmen, die nicht von diesen beispielhaft genannten Erleichterungen

profitieren können, ist EMAS ein interessantes Instrument. Mit ihm lässt sich die Umweltleistung kontinuierlich verbessern, Möglichkeiten zur Einsparung von Energie und Materialien aufzeigen und Erfolge in der Öffentlichkeit kommunizieren. Zudem hilft das System dabei, die Einhaltung neuer gesetzlicher Anforderungen sicherzustellen: Voraussetzung für eine EMAS-Registrierung ist die Bestätigung der Rechtskonformität durch den Umweltgutachter und die örtlich zuständige Umweltbehörde.

Es muss aber auch erwähnt werden, dass EMAS hohe Anforderungen an einzuhalten Umweltkriterien, die Dokumentation sowie eine kontinuierliche Verbesserung der Leistungsfähigkeit stellt. Das System ist daher ein Alleinstellungsmerkmal für Unternehmen mit besonders hohen ökologischen und gesellschaftlichen Ansprüchen. Aktuell verfügen mehr als 1200 Betriebe und Organisationen in Deutschland über eine gültige Registrierung, europaweit sind es über 4 500.

Eine Hilfestellung für Unternehmen, die an der Ein- oder Fortführung von EMAS interessiert sind, bietet ein von der Europäischen Kommission veröffentlichtes Nutzerhandbuch. Darin sind die wichtigsten Elemente und Schritte beschrieben, die eine Organisation unternehmen muss, wenn sie an EMAS teilnehmen möchte.

Weitere Details bei der Niederrheinischen IHK: Winfried Ballmann, Telefon 0203 2821-231, E-Mail ballmann@niederrhein.ihk.de.

Glaubwürdig kommunizieren – gekonnt überzeugen

Veranstaltung in Duisburg vermittelt Basiswissen in PR und Marketing

Eine Infoveranstaltung mit ausgewiesenen Experten aus Public Relations und Marketing bietet die Niederrheinische IHK am 4. Juni, 14 bis 17 Uhr, an. Die Veranstaltung richtet sich an junge Unternehmen und Existenzgründer, die sich über die Grundlagen der Verkaufsförderung und der Pressearbeit informieren möchten.

Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt in der Vermittlung von Basiswissen. Die Teilnehmer erhalten praktische Tipps zur Umsetzung; und zwar von PR-Maßnahmen über die Presseinformation bis hin zum ersten Kontakt in die Redaktion. Ein weiterer Schwerpunkt ist

die Kunden- und Auftragsakquise. Vielen Existenzgründern fällt es schwer, Verkaufsgespräche zielorientiert zu führen. Leitfäden sind oft wenig hilfreich: Sie helfen zwar dabei, den Kundendialog zu strukturieren, aber führen nicht weiter, wenn es um die Kunst des Überzeugens geht. Daran knüpft die Veranstaltung an, in dem sie zeigt, was Jungunternehmer wirklich wissen müssen, um Verkaufsgespräche zu einem positiven Abschluss zu bringen.

Weitere Details: Mariann Ludewig, Telefon 0203 2821-388, E-Mail ludewig@niederrhein.ihk.de. ●

Airport Weeze feiert zehnten Geburtstag

Großes Volksfest geplant – Marke von 15 Millionen Passagieren geknackt

Mit einem großen, zweitägigen Festival feiert der Airport Weeze seinen zehnten Geburtstag. Am 1. Mai 2003 eröffnete ein Ryanair-Linienflug von Weeze nach London den zivilen Flugbetrieb auf dem einstigen Stützpunkt der Royal Air Force. Zum zehnten Jahrestag lädt der Flughafen alle Interessierten am 25. und 26. Mai zu einer riesigen Party ein.

Hauptattraktion auf dem Gelände ist die große „Airshow“ mit rund 40 historischen Flugzeugen, modernen Militärjets und spektakulären Flugvorführungen. Zu den Höhepunkten gehören auch die „Wingwalker“-Artisten, die bei atemberaubenden Manövern als Passagiere auf den Tragflächen großer Doppeldecker mitfliegen. Zum Festival wird darüber hinaus ein riesiges Flugboot in Weeze erwartet. Angekündigt hat sich ebenso ein 25-köpfiges Fallschirmspringer-Team, das mit historischen Schirmen über dem Airport abspringen wird. Wer selber abheben will, kann mit einem der beiden viersitzigen Helikopter zu einem Rundflug starten. Auch der Linienflugbetrieb ist vom Eventgelände aus zu besichtigen. An beiden Tagen können die Veranstaltungsbesucher aus nächster Nähe rund 80 Passagierjets starten und landen sehen. Rund um die ausgestellten Flugzeuge gibt es eine große Kirmes mit 40 Fahrgeschäften, Verkaufs- und Imbissständen, einem 50 Meter hohen Riesenrad, Breakdancern, Geisterbahn, Autoscooter und Kettenkarussell.

Auf einem internationalen Reisemarkt stellen sich Regionen wie Andalusien, Katalonien und Småland ebenso vor wie die Destina-



Ein Stunt wie dieser erwartet die Besucher auf dem Airport-Gelände.
Fotos: Airport Weeze

tionen Bergerac, Beziers, Valencia, Lanzarote und Zadar. Touristikexperten aus den Ryanair-Zielgebieten halten Infos für die nächste Städte- oder Urlaubsreise bereit. Als Aussteller begrüßt der Flughafen unter anderen auch das Team vom Kleve Marketing, Vertreter der Stadt Geldern, die Wirtschaftsförderung des Kreis Kleve, Touristiker aus Xanten, Kevelaer und Brügggen sowie last, but not least das Wunderland Kalkar.

Aktuell konnte in Weeze der 15-Millionste Passagier seit Eröffnung des Airports begrüßt werden. Flughafenchef Ludger van Bebbber: „Wir haben uns vom Start weg gut entwickelt und seit der Eröffnung der Ryanair-Basis im Jahr 2007 überdurchschnittlich stark zugelegt. Heute sind wir die Nummer drei in Nordrhein-Westfalen.“ Dass sich seit dem Erstflug im Mai 2003 bereits 15 Millionen Urlauber, Familienbesucher und Geschäftsreisende für den Flughafen entschieden hätten, sei eine fantastische Nachricht zum zehnten Geburtstag und belege die hohe Akzeptanz des Airports bei niederländischen, deutschen und europäischen Kunden. ●



Ein ergänzender TV-Beitrag zu diesem Thema ist auch direkt über den nebenstehenden QR-Code oder in der tw-aktuell-Mediathek unter www.ihk-niederrhein.de abrufbar.





Stipendiaten, Förderer, Hochschulleitung und Professoren in der Mensa der HRW. Fotos: Hendrik Grzebatzki

Campus Kleve: Stipendiaten und Förderer an einem Tisch

Gemeinsames Dinner in der Hochschul-Mensa

Dass die Finanzierung von Stipendien nicht in einem anonymen Rahmen ablaufen muss, zeigte das Stipendiaten-Donatoren-Dinner, zu dem die drei Fördervereine der Hochschule Rhein-Waal (HRW) am 11. März in die Mensa nach Kleve eingeladen hatten. Förderer und Geförderte sowie zahlreiche Vertreter der Hochschule waren der Einladung gefolgt, um sich in gemütlicher Atmosphäre auszutauschen und vom Küchenchef der Mensa verwöhnen zu lassen.

Mit dem Dinner bedankten sich die Fördervereine für das Engagement der Stipendienggeber, durch das insgesamt 23 Studierende unterstützt werden. Jungen Talenten wird auf diese Weise der Weg an die Hochschule geebnet, gleichermaßen werden die Nachwuchskräfte gezielt unterstützt. Neben der finanziellen Hilfe ist es den Fördervereinen deshalb besonders wichtig, den Kontakt zwischen den Stipendienggebern und Studenten in der Region zu intensivieren. Der gemeinsame Abend war ein gelungenes Beispiel dafür. ●



Doppelter Abiturjahrgang: Chancen für Unternehmen

Regionale Ausbildungskonferenz tagte in der IHK

Im aktuellen Ausbildungsjahr werden zwei Schülerjahrgänge die gymnasiale Oberstufe mit der Abiturprüfung abschließen. Infolgedessen wird auch eine steigende Zahl der Bewerber erwartet. Da in den Folgejahren allerdings die Zahl der Schulabgänger aufgrund der demografischen Entwicklung auf ein deutlich niedrigeres Niveau absinken wird, betont die Regionale Ausbildungskonferenz die einmalige Chance dieses Ausbildungsjahres für die Unternehmen, den Fachkräftebedarf für morgen sicherzustellen.



Fotos: Ullrich Sorbe

Zur Förderung des Übergangs von der Schule in die Ausbildung, und um möglichst die Potenziale aller Jugendlichen zu erschließen, werden in der Region die Angebote zur Berufsorientierung verstärkt und systematisch aufeinander abgestimmt, so die Mitglieder der Regionalen Ausbildungskonferenz, die am 18. April in der IHK, Duisburg, tagte. Ihr gehören Vertreter der Gebietskörperschaften, der Agenturen für Arbeit Duisburg und Wesel, der Jobcenter Duisburg und Wesel, der Berufskollegs, des Deutschen Gewerkschaftsbundes, der Industriegewerkschaft Metall, des Unternehmerversandes Ruhr-Niederrhein, der Handwerkskammer Düsseldorf sowie der Kreishandwerkerschaften und der Niederrheinischen IHK an.

Besonders kennzeichnend für das aktuelle Ausbildungsjahr ist, dass rund 3 000 Abiturienten zusätzlich an die Hochschu-

len und auf den Ausbildungsmarkt am Niederrhein drängen. Grund ist die Verkürzung der Schulzeit bis zum Abitur auf zwölf Schuljahre. 2013 schließen durch diesen Umstellungsprozess zwei Schülerjahrgänge gleichzeitig die gymnasiale Oberstufe mit der Abiturprüfung ab. In den Folgejahren werden die Schulabgängerzahlen dann allerdings demografisch bedingt auf ein noch niedrigeres Niveau als in den Vorjahren sinken.

Der „doppelte Abiturjahrgang“ bietet eine einmalige Chance, den Fachkräftebedarf für morgen sicherzustellen. Die Regionale Ausbildungskonferenz appelliert an Wirtschaft und Verwaltung, diese Chance zu nutzen und das Ausbildungsengagement möglichst nochmals zu erhöhen. Duale Studiengänge sind ein attraktives Angebot, um Abiturienten gezielt anzusprechen. Diese Kombination von Berufsausbildung im Unternehmen mit einem Studium an der Hochschule wird immer beliebter, und auch die Nachfrage nimmt weiter zu.

Aufgrund der demografischen Entwicklung liegt eine weitere Herausforderung zunehmend darin, das betriebliche Angebot und die Nachfrage auf dem Ausbildungsmarkt zusammenzuführen. Mit spezifischen Angeboten im Bereich der passgenauen Vermittlung setzen die Konsenspartner hier bewusst einen zusätzlichen Schwerpunkt. Zahlreiche noch offene Ausbildungsangebote finden sich in den Lehrstellenbörsen der Agentur für Arbeit (www.arbeitsagentur.de), der Handwerkskammer Düsseldorf (www.hwk-duesseldorf.de) und der bundesweiten Lehrstellenbörse der Niederrheinischen IHK (www.ihk-lehrstellenboerse.de). Auch Betriebe, die noch Auszubildende suchen, können ihre Angebote dort hinterlegen. ●



IHK-Infobox

Mehr Details zur Regionalen Ausbildungskonferenz: Jürgen Kaiser, Telefon 0203 2821-308, E-Mail kaiser@niederrhein.ihk.de.

Kennenlern-Konzept hat sich bewährt – Fortsetzung folgt

Gute Resonanz auf Praktikanten-Speed-Dating in Kamp-Lintfort

Mehr als zwanzig Unternehmen und rund 100 Studierende trafen Ende März beim ersten Praktikanten-Speed-Dating der Hochschule Rhein-Waal (HRW) am Campus Kamp-Lintfort aufeinander. Dieses innovative Kennenlern-Konzept hat sich bewährt, um Unternehmen und Studierende in ungezwungener Atmosphäre miteinander ins Gespräch zu bringen.

Ein Praktikum, ein Praxissemester oder die Projektarbeit in einem Unternehmen dienen Studenten zur beruflichen Orientierung und helfen, wichtige Kontakte zu knüpfen. Auch für Arbeitgeber ergeben sich vielversprechende Möglichkeiten, um talentierte, junge Mitarbeiter zu entdecken und frühzeitig an den Betrieb zu binden.

„Mit dem Praktikanten-Speed-Dating bieten wir eine Methode, Unternehmen mit ihrem potenziellen Fachkräftenachwuchs zusammenzubringen“, so Nadine Deutschmann, Geschäftsführerin des Fördervereins Hochschule Rhein-Waal e. V., der das Event in Kooperation mit dem Förderverein Campus Kamp-Lintfort e. V. und der Hochschule durchgeführt hatte. Das nächste Speed-Dating ist für den Herbst in Kleve geplant. ●



Foto: HRW

Türe vor neuer Technologie nicht verschließen

IHK-Umwelt- und Energieausschuss tagte in Emmerich

Das Thema „Fracking“ wird aktuell kontrovers diskutiert. In den USA hat es zu einem Öl- und Gasrausch geführt, mit Auswirkungen auch auf den weltweiten Energiemarkt. Welche Folgen eine Einführung der Technik in Deutschland für die regionale Wirtschaft haben könnte, darüber informierte sich der Umwelt- und Energieausschuss der IHK am 19. März bei der Deutschen Giessdraht GmbH in Emmerich am Rhein.

In ihrer Sitzung erhielten die Mitglieder des Ausschusses von Olaf Martins, ExxonMobil Central Europe Holding, Hamburg, einen Einblick in die „Förderung von Erdgas aus unkonventionellen Lagerstätten“ und diskutierten über deren Rahmenbedingungen. Dabei betonten die Mitglieder, dass es unter klima-, umwelt- und energiepolitischen Aspekten wichtig sei, dass die Tür für diese Technologie mittel- und langfristig geöffnet bleibe. Experten der Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe, Hannover, schätzen, dass hierzulande bis zu 2,3 Billionen Kubikmeter Gas in der Erde verfügbar sind – davon könnte 13 Jahre lang der deutsche Bedarf gedeckt werden.

Dr. Katharina Mohr, Leiterin des Referats Umweltpolitik, Umweltrecht und Ressourceneffizienz beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag, Berlin, berichtete unter anderem zum aktuellen Stand bei der Umsetzung der „Richtlinie über Industriemissionen“ sowie über die „Verordnung über Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen“. Dr.-Ing. Stefan Schneider, Geschäftsführer der Deutschen Giessdraht GmbH, führte die Ausschussmitglieder anschließend durch das Unternehmen, das bereits seit 1975 in Emmerich sitzt und das bis zu 300 000 Tonnen Kupfer-Gießwalzdraht pro Jahr produziert. ●



Die Mitglieder des Umwelt- und Energieausschusses. Foto: Hendrik Grzebatzki

Akzeptanz für die Industrie erhöhen

Referenten der NRW-IHKs tagten bei Grillo



Foto: Hendrik Grzebatzki

Maßnahmen für eine erhöhte Akzeptanz der Industrie standen im Mittelpunkt einer gemeinsamen Sitzung der NRW-IHKs bei der Grillo AG in Duisburg. Deren Vorsitzender Ulrich Grillo, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI), Berlin, ließ es sich nicht nehmen, den IHK-Experten aus den Bereichen Industrie und Technologie das Unternehmen und seine Produkte persönlich vorzustellen.

Ulrich Grillo, der auch Mitglied der IHK-Vollversammlung ist, betonte die vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen dem BDI und der IHK-Organisation beim Einsatz für wirtschaftsfreundliche Standortbedingungen in Deutschland. Thematisiert wurden unter anderem die verschiedenen Initiativen in Nordrhein-Westfalen, mit denen die IHKs einen wichtigen Beitrag zur Erhöhung der Akzeptanz der Industriebetriebe vor Ort leisten, um deren Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern. ●

Engagement nicht nur auf Öffentlichkeitsarbeit reduzieren

IHK-Workshop zu den Erfolgsfaktoren im CSR

Dass durch die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung auch für Unternehmen ein Mehrwert entsteht, hat ein Workshop im Rahmen der IHK-Veranstaltungsreihe „Der ehrbare Kaufmann“ am 14. März in Duisburg deutlich gemacht. Positive Effekte können sich für das gesamte Geschäft ergeben – etwa beim Image und bei der Wettbewerbsfähigkeit. Allerdings gelte es, CSR-Aktivitäten nicht nur als zusätzlichen Aspekt der Öffentlichkeitsarbeit misszuverstehen.

In der Workshop-Veranstaltung wurden mit Blick auf zwei Teilbereiche des CSR, nämlich „Gemeinwesen“ und „Markt“, Gruppen gebildet, die Strategien für die Umsetzung im Unternehmen entwickeln sollten. Die Teilnehmer des Workshops „Markt“ gingen der Frage nach, welche sozialen und ökologischen Risiken die Lieferkette des eigenen Unternehmens beinhaltet und welche Einflussmöglichkeiten seitens der Firma bestehen. Angesichts der zunehmenden Komplexität von Warenströmen und Dienstleistungen waren sich die Teilnehmer darin einig, dass es schwierig sei, Transparenz und Nachvollziehbarkeit in dem Maße herzustellen, wie es für eine glaubwürdige Kommunikation gegenüber Kunden und Verbrauchern notwendig sei.

Deutlich wurde dabei, dass eine CSR-Strategie ein Prozess ist, der schrittweise umgesetzt werden muss. Wichtig sei dabei, Prioritäten zu setzen. In Zeiten umkämpfter Märkte, in denen Produkte sich zunehmend angleichen, ergäben sich aber Chancen für Firmen, die frühzeitig auf nachhaltige Produkte und Dienstleistungen setzen: CSR sei ein Ansatz, der es ermögliche, durch einen gesellschaftlichen Benefit ein Differenzierungsmerkmal auch im Wettbewerb zu erzeugen.



Foto: Ullrich Sorbe

Im Workshop „Gemeinwesen“ ging es vor allem um die konkrete Umsetzung einer Strategie. Unternehmen sollten stets analysieren, in welchen Bereichen sie bereits aktiv sind und mit welchem Erfolg. Eine Zielsetzung sollte festlegen, was ein Unternehmen mit seinem gesellschaftlichen Engagement erreichen möchte – beispielsweise erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit, eine höhere Kundenbindung oder eine größere Mitarbeitermotivation.

Im Workshop kam dabei auch die Diskussion auf, ob ein Engagement lediglich dazu diene, das Image einer Firma aufzupolieren. Tut es nicht, so die Teilnehmer: CSR-Aktivitäten dürften nicht nur als PR-Maßnahme betrachtet werden, sondern müssten als fester Bestandteil in der Unternehmenskultur verankert werden – dementsprechend sei auch danach zu handeln. ●

Energie einsparen mit Kraft-Wärme-Kopplung

Experten berieten zu Fördermöglichkeiten

Einmal Energie aufwenden, doppelt profitieren: So lässt sich das Prinzip der Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) auf den Punkt bringen. Eine Veranstaltung der EnergieAgentur.NRW, der gastgebenden IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid sowie der Niederrheinischen IHK informierte am 20. März über die aktuellen Entwicklungen der Technik. Im Mittelpunkt der Expertenvorträge standen dabei auch die zahlreichen Möglichkeiten zur Förderung.

Wurden Strom und nutzbare Wärme bislang getrennt oder nur in begrenztem Umfang gemeinsam erzeugt, verbindet die Kraft-Wärme-Kopplung beide Prozesse – mit dem Ergebnis, dass insgesamt weniger Brennstoff benötigt wird. Sie ist damit das effizienteste Prinzip zur energetischen Nutzung von Brennstoffen und eine wichtige Technologie, um die Energiewende vollziehen zu können. Bis 2020 soll auch in Nordrhein-Westfalen der Anteil des durch KWK-Anlagen erzeugten Stroms auf 25 Prozent erhöht werden. Ein Impulsprogramm der Landesregierung bietet im Rahmen dieser



V. l.: Christoph Hörst, 2G Home GmbH, Volker Neumann, IHK Wuppertal, Sandy Hagenah, Niederrheinische IHK, Heinz-Gerhard Schuk, Bezirksregierung Arnsberg, Bernd Geschermann, EnergieAgentur.NRW, Stephan Kunz, NRW-Bank.
Foto: Günter Lintl, Wuppertal

Technik auch für viele Unternehmen neue Möglichkeiten für den effizienteren Umgang mit Energie im eigenen Betrieb.

Weitere Informationen zu den Fördermöglichkeiten bei der Niederrheinischen IHK: Sandy Hagenah, Telefon 0203 2821-311, E-Mail hagenah@niederrhein.ihk.de. ●

Lokal aktiv – global vernetzt

Einblicke in die Aktivitäten der Wirtschaftsjunioren

Unter dem Motto „Die Stimme der jungen Wirtschaft“ gaben die Wirtschaftsjunioren im Kreis Kleve am 20. März im Technologie-Zentrum Kleve einen Einblick in ihre Organisation. Was oft nicht bekannt ist: Die Junioren sind auch weit über das Kreisgebiet hinaus aktiv. Über den Landesverband und die Wirtschaftsjunioren Deutschland gehört der Verein dem weltweiten Netzwerk „Junior Chamber International“ an.

Kreissprecher Benjamin Schmitz und Robert Gorthmanns, Leiter des Arbeitskreises Mitglieder, machten den Teilnehmern anhand von Projektbeispielen wie dem Schülerquiz „Wirtschaftswissen im Wettbewerb“, Unternehmensbesuchen und Kamingesprächen Appetit auf eine Mitarbeit bei den Wirtschaftsjunioren. „Mit dabei sein heißt, sich für die Gesellschaft hier im Kreis zu engagieren und den eigenen Horizont zu erweitern“, so Schmitz. „Im Kreis Kleve liegen uns vor allem Bildung und Ausbildung am Herzen“, so Gorthmanns weiter. Viele der Junioren bilden selber aus oder stehen in engem Kontakt zur Hochschule Rhein-Waal. Weitere Schwerpunkte der Juniorenarbeit sind unter anderem die Vereinbarkeit von Beruf und Familie und der Ressourcenschutz sowie die internationale Zusammenarbeit. Dazu gehört vor allem die Kooperation mit der Junior Kamer in Nijmegen, Niederlande.

Weitere Informationen: Dr. Andreas Henseler, Telefon 0203 2821-227, E-Mail WirtschaftsjuniorenKleve@niederrhein.ihk.de. ●



Wirtschaftsticker

● In Duisburg-Ruhrort entsteht derzeit ein vierstöckiges Geschäftsgebäude mit rund 1000 Quadratmetern Bürofläche, das durch die benachbarte Kanzlei **Dr. Voßmeyer Dommermuth & Partner** errichtet wird. Das Gebäude am Vincenkeufer steht auf Pfählen, da es direkt am Wasser liegt. Die Fertigstellung soll im September 2013 erfolgen. Die Investitionssumme liegt insgesamt bei 1,9 Millionen Euro. Ende April wurde Richtfest gefeiert.

● Die Ratingagentur Standard & Poor's hat am 24. April den Ausblick des Long Term Credit Ratings der **Franz Haniel & Cie. GmbH**, Duisburg, von „stabil“ auf „positiv“ gesetzt. Das Rating wurde mit BB bestätigt. Die Verbesserung des Ausblicks spiegelt die erfolgreiche Reduktion der Nettofinanzverbindlichkeiten des Unternehmens im Laufe der vergangenen Monate wieder, teilte Haniel mit.

● Das Fachmagazin „Lebensmittel Praxis“ hat im Rahmen der bundesweiten Branchenveranstaltung „Supermarkt des Jahres“ die besten Verkaufsstellen im deut-

schen Lebensmittel-Einzelhandel prämiert. Das **Frischecenter Komp**, Wesel, gewann in der Kategorie „Selbstständige Einzelhändler“ mit weniger als 2 000 Quadratmetern Verkaufsfläche. Die Jury bewertete unter anderem die Ladengestaltung, die Einkaufsatmosphäre und den Kundenservice.

● Die Duisburger **Elskes Transportbeton GmbH & Co. KG** hat zum 1. April sieben Transportbetonwerke der Holcim Beton und Zuschlagstoffe GmbH, Hamburg, in Nordrhein-Westfalen übernommen. Mit dem Erwerb der Werke in Witten, Recklinghausen, Mülheim an der Ruhr sowie jeweils zwei Produktionsstätten in Düsseldorf und Köln erweitert das Unternehmen sein Liefergebiet. Alle 40 Mitarbeiter an den Standorten wurden übernommen.

● Die **König-Brauerei**, Duisburg-Beeck, hat ein neues Blockheizkraftwerk in Betrieb genommen. Die Abwärme, die bei der Stromerzeugung anfällt, wird in das Heiznetz eingespeist und so für die Brauerei genutzt.

Firmenjubiläen

75 Jahre

1. Mai: Auto-Henneken GmbH & Co. KG, Theodor-Heuss-Straße 340, 47179 Duisburg

50 Jahre

1. Mai: Dornscheidt & Haustein GmbH, Asberger Straße 20 A, 47228 Duisburg

25 Jahre

1. April: Axel Wolff, Bahnstraße 27 b, 46535 Dinslaken

6. Mai: Franz van Stephoudt GmbH & Co. KG Bauunternehmung, Holtums-
weg 29, 47652 Weeze

10. Mai: Christian Grams RENNDITE GmbH, Lösörter Straße 13, 47137 Duisburg

10. Mai: Bernd Muhlack Transporte GmbH, Röntgenstraße 10-12, 47167 Duisburg

10. Mai: Nawatrans GmbH Schifffahrt-Spedition, Haagstraße 1, 47441 Moers

Solvay investiert am Standort in Rheinberg

Für Modernisierungsmaßnahmen sind vier Millionen Euro vorgesehen

Die Firma Solvay investiert vier Millionen Euro an ihrem Standort in Rheinberg, um die Anlagen sicher und verfügbar zu halten. Die Modernisierungsmaßnahmen betreffen unter anderem den Kühlturm im östlichen Werksteil, die Soda- und Calciumcarbonat-Fabrik sowie den Rheinhafen. Werksleiter Dr. Richard Rösler: „Das ist ein Beitrag zur langfristigen Wettbewerbsfähigkeit.“

Die Investitionen sollen nicht nur den Status quo sichern, sondern auch die Leistungsfähigkeit verbessern. Beispielsweise beim 36 Meter hohen Kühlturm: Bereits im Februar und März wurde die rund 25 Jahre alte Holzkonstruktion durch eine neue aus Spezial-Kunststoff ersetzt und gleichzeitig mit Verrieselungsdüsen versehen. Anschließend wurden im April im östlichen Werksteil jeweils ein neuer Kamin für die Soda- und die Calciumcarbonat-Fabrik errichtet. So können die bisher elf Stellen für die regelmäßigen Emissionsmessungen auf zwei verringert werden. „Das reduziert den Arbeitsaufwand für unsere Mitarbeiter erheblich“, so Dr. Rösler.



Der große Kühlturm wird ebenfalls modernisiert.

Foto: Solvay

Auch Solvays Rheinhafen wird auf den neuesten Stand gebracht: Bis Mitte des Jahres werden Teile der Gleisanlagen, Fundamente und Schienen für den Kran ausgetauscht. Dabei werden unter anderem die Stützwände an der Kaimauer des seit 1906 bestehenden Hafens saniert. Nach der Fertigstellung können dann auch größere Schiffe anlegen. ●

„Sondergebiet“ erforderte besondere Zoll-Expertise

Lieferung der Duisburger STI führte auf Insel im Indischen Ozean

Der Transport von Produkten für die Gastronomie unterliegt besonderen hygienischen Anforderungen, beispielsweise wenn es um die Kühlung von Lebensmitteln geht. Bei der Eröffnung der ersten Filiale der Restaurantkette Vapiano auf der Insel La Réunion waren darüber hinaus auch spezielle Exportkenntnisse gefragt. Für das Duisburger Logistikunternehmen STI stellte die Lieferung in das zolltechnische Sondergebiet im Indischen Ozean eine Premiere dar.

Das Unternehmen managte gemeinsam mit der Muttergesellschaft Havi Logistics den Transport von trockenen, frischen und tiefgekühlten Lebensmitteln von Deutschland bis auf die zu Frankreich gehörende Urlaubsinsel im Indischen Ozean. Für die Erstausrüstung des Restaurants wurden fünf Container mit Fisch, Fleisch, Gewürzen und weiteren Utensilien von Duisburg aus auf den Weg gebracht – insgesamt über 200 verschiedene Artikel.

„Vor allem zolltechnisch war der Auftrag eine Herausforderung“, so STI-Zoll-Experte Thomas Krause. Die notwendigen Exportdokumente seien besonders umfangreich – bis zu 40 Seiten stark – gewesen. Grund für die hohen Anforderungen: La Réunion ist zwar offiziell ein französisches Überseedepartement, gehört aber nicht zum Gemeinschaftsgebiet der EU. Daher gelten be-

sondere Regeln für die Einfuhr von Produkten. „Für STI war die zolltechnische Abwicklung für den Export in ein solches Sondergebiet eine Premiere“, so Krause.

Neben der Abfertigung der Vapiano-Produkte, die unter anderem auch nach Australien, Mexiko, Südkorea, Bahrain und in die USA geliefert werden, ist STI in zahlreichen europäischen Ländern für den Transport der Rohwaren zuständig. Havi Logistics übernimmt dabei die Lagerung und Verteilung für mehr als fünfzig Vapiano-Restaurants in Deutschland sowie zusätzlich 75 Filialen weltweit.

Seit 1983 ist STI Freight Management auf die Planung und Abwicklung von komplexen Logistikprojekten spezialisiert. Das Unternehmen beschäftigt 221 Mitarbeiter an 13 Standorten. Neben internationalen Transporten von Lebensmitteln und weiteren temperaturgeführten Gütern wie Pharmazeutika gehören auch Lagerhaltung und Zollabwicklung zu den Dienstleistungen von STI. ●

Haniel mit Rekordverlust – Umsatz gehalten

Gewinnausschüttung nicht vorgesehen – Restrukturierung eingeleitet

Auf seiner ersten Bilanz-Presskonferenz hatte Vorstandsvorsitzender Stephan Gemkow in der Haniel-Zentrale Anfang April in Duisburg-Ruhrort den Journalisten wenig gute Nachrichten mitzuteilen. Das Traditionsunternehmen hat im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Rekordverlust erwirtschaftet, und zwar minus 1,9 Milliarden Euro. Erstmals in der Geschichte des Mischkonzerns werde es wohl keine Gewinnausschüttung an die Unternehmerfamilie geben, so der Vorstand.

„Mit den in 2012 umgesetzten Maßnahmen schafft Haniel die Basis für eine nachhaltig erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung“, so Stephan Gemkow. Gemeint sind die umfangreichen Portfolio- und Re-



Der Unternehmenssitz in Duisburg-Ruhrort.

Foto: Haniel

strukturierungsmaßnahmen, die seit dem letzten Jahr durchgeführt werden. Das Ergebnis 2012 des Haniel-Konzerns nach Steuern beträgt minus 1,9 Milliarden Euro (Vorjahr: plus 236 Millionen Euro). Hauptursache war der Ergebnisbeitrag aus dem Metro-Engagement mit minus 1,5 Milliarden Euro (Vorjahr: plus 329 Millionen Euro).

„Der Verlust ist für Haniel ein historischer, aber auch ein einmaliger“, so Gemkow. Um die Nettofinanzschulden auf Holding-Ebene unter die Zwei-Milliarden-Euro-Marke zu bringen, wurde ein umfangreiches Maßnahmenpaket beschlossen. Unter anderem wurde die Beteiligung an der Celesio AG verringert und die Beteiligung an der Metro AG reduziert. „Die Holding hat die Verschuldung bereits reduziert, sie ist jetzt schon unter dem gesetzten Ziel von 2,1 Milliarden“, so Vorstands-Mitglied Dr. Florian Funck.

Der Umsatz des Haniel-Konzerns lag mit 26,3 Milliarden Euro auf dem Niveau des Vorjahres in Höhe von 26,5 Milliarden Euro. Die Entwicklung in den Geschäftsbereichen war jedoch sehr unterschiedlich. Das operative Ergebnis des Haniel-Konzerns ist von 400 Millionen auf 496 Millionen Euro gestiegen. Dies ist überwiegend auf den Geschäftsbereich Celesio zurückzuführen, bei dem eine Ergebnisverbesserung von 13 Prozent hauptsächlich durch geringere Sonderaufwendungen für die strategische Neuausrichtung erreicht wurde. Takkt ist es gelungen, das operative Ergebnis um acht Prozent zu steigern. Auch CWS-boco hat sich erfreulich entwickelt und das operative Ergebnis um 41 Prozent gesteigert. Dagegen ist das Ergebnis von ELG in einem weiterhin wettbewerbsintensiven Geschäftsumfeld um 35 Prozent gesunken.

Die eingeleiteten Maßnahmen werden laut Vorstand in 2013 konsequent weitergeführt, und Haniel erwartet daraus positive Impulse für die Geschäftsentwicklung. „Mittelfristig ist es das Ziel von Haniel, das Portfolio besser auszubalancieren, um auch in einem unsicheren konjunkturellen Umfeld handlungsfähig zu sein“, so Stephan Gemkow. ●

Deutsche Bank Duisburg erzielte gutes Ergebnis

Geschäftsvolumen auf hohem Niveau stabil

Die Deutsche Bank in Duisburg hat im vergangenen Jahr ein nach eigenen Angaben gutes Geschäftsergebnis erzielt. Wie sie anlässlich ihres Jahrespressegesprächs in Duisburg bekannt gab, blieb das Geschäftsvolumen auf hohem Niveau stabil und betrug Ende letzten Jahres 2,1 Milliarden Euro. Das Anlagevolumen belief sich auf rund 1,5 Milliarden Euro. Zum Jahresende 2012 betreute das Kreditinstitut in der Marktregion Duisburg rund 110 000 Privat- und Geschäftskunden.

Ein Hinweis auf das stärkere Renditebewusstsein ist die Entwicklung des Depotvolumens, das in der Region Duisburg um 2,4 Prozent auf 679 Millionen Euro gestiegen ist. Das Baufinanzie-

rungsvolumen belief sich auf rund 490 Millionen Euro – neun Prozent mehr als im Vorjahr. Noch einmal deutlich verstärkt hat sich dabei der Trend zugunsten einer selbst genutzten oder vermieteten Immobilie. „2012 war ein herausragendes Jahr in der Baufinanzierung. In Deutschland wurde jede sechste Immobilie von der Deutschen Bank finanziert“, so Christian Focks, Mitglied der Geschäftsleitung in Duisburg.

Wie das Kreditinstitut weiter mitteilt, wurden zum Jahresende 2012 rund 9 300 Mittelständler betreut. Kredite an mittlere Unternehmen blieben bundesweit auf hohem Niveau stabil, und darüber hinaus wurden öffentliche Förderkredite in Höhe von 2,6 Milliarden Euro zugesagt. „Das Mittelstandsgeschäft in unserer Region hat sich überdurchschnittlich gut entwickelt. Besonders bei kleinen und mittleren Unternehmen konnten wir vier Prozent neue Geschäftskunden gewinnen“, so Wolfgang Schlieper, Mitglied der Geschäftsleitung der Deutschen Bank in Duisburg und verantwortlich für das Firmenkundengeschäft. ●

Neue Produktionsstätte wurde offiziell eingeweiht

Holzformart denkt in Neukirchen-Vluyn bereits über weiteres Wachstum nach

Der Wohlfühlfaktor beim Einkaufen wird nicht zuletzt durch das Ambiente der Geschäftsräume mitbestimmt. Auf dieser Idee aufbauend wagten die Ladenbauer Stefan Molter (53) und Roman Ingenlath (49) vor rund zwanzig Jahren den Schritt in die Selbstständigkeit. Ende April haben die Geschäftsführer der Firma Holzformart ihre neue Betriebsstätte in Neukirchen-Vluyn eingeweiht. Pläne für die erneute Erweiterung des Unternehmens existieren bereits.

Filialisten wie „The Body Shop“, „Fossil“ oder „River Woods“ setzen beim Ladenbau auf das Know-how des Unternehmens, das in diesem Jahr einen Jahresumsatz von fünf Millionen Euro anpeilt. Der hohe Auftragsbestand sorgte dafür, dass die offizielle Einweihungsfeier erst knapp ein Jahr nach dem Bezug der rund 2 600 Quadratmeter großen Produktionsstätte stattfinden konnte. Begonnen hat die Geschichte von Holzformart im Jahr 1994 in Krefeld, als sich die gelernten Schreiner dafür entschieden, ihr Glück in der Selbstständigkeit zu suchen. Viele Privat- und einzelne Geschäftskunden sorgten für stetig wachsende Umsätze. 1998 kam Holzformart erstmals bei Reparatur- und Verschönerungsarbeiten für „The Body Shop“ zum Zuge. Seit 2001 ist das Unternehmen der einzige zugelassene Ladenbauer für rund 120 Shops in Deutschland und Österreich.

Erfahrungen in diesem Bereich haben die Gründer zuvor auch international gesammelt. Um die Jahrtausendwende herum arbeiteten sie für eineinhalb Jahre zusammen mit mehreren Mitarbeitern in Russland, wo sie für den Ladenbau sowie Teile der Innenausstattung des renommierten Moskauer Kaufhauses „Gum“ verantwortlich zeichneten. Nach Abschluss des Projekts folgte die geschäftliche Neuorientierung in Krefeld. Als das Unternehmen im Jahr 2006



Eine von Holzformart gestaltete Filiale.

Foto: Holzformart

den Zuschlag für den Ladenbau der Marke „Fossil“ erhielt, war absehbar, dass die dortige Betriebsstätte bald zu klein werden würde. Da die Stadt in der gewünschten Größenordnung jedoch keine Grundstücke bereitstellen konnte, griffen die Schreinermeister letztendlich zum Zirkel, um den Radius für den zukünftigen Standort festzulegen - und entschieden sich schließlich für die Endstraße in Neukirchen-Vluyn. Seit Juni 2012 arbeiten von hier aus rund 50 Mitarbeiter, darunter 90 Prozent Fachkräfte, sowie sieben Auszubildende für Holzformart. Aus dem ursprünglichen Gedanken, so Ingenlath, „als selbstständige Unternehmer einfach schöne Möbel zu bauen“, ist in den letzten 20 Jahren ein mittelständisches, international tätiges Unternehmen geworden. Angesichts der jüngsten Entwicklung denke man derzeit sogar schon über eine Erweiterung des gerade eingeweihten Standorts nach, allerdings wolle man behutsam wachsen.

Für die Zukunft will das Unternehmen aber auch vermehrt das Geschäft mit Privatkunden in den Blick nehmen. Mit dem Online-Portal „dereinbauschrank.de“ wurde inzwischen ein entsprechendes Angebot entwickelt, mit dessen Hilfe Endverbraucher maßgeschreinerte Möbel selbst entwerfen und in Neukirchen-Vluyn fertigen lassen können. ●

DD

Altana steigert Umsatz auch in 2012

Spezialisierung auf hochwertige Produkte trägt zum guten Ergebnis bei

Hoch über den Dächern der Landeshauptstadt Düsseldorf, im 22. Stock des GAP-Büroturms, hatte der Spezialchemiekonzern aus Wesel am 22. März zur Bilanzpressekonferenz eingeladen. Vorstandsvorsitzender Dr. Matthias L. Wolfgruber verkündete den Journalisten eine Umsatzsteigerung von fünf Prozent auf erstmals über 1,7 Milliarden Euro. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet die Altana-Gruppe insgesamt ein Umsatzwachstum im unteren einstelligen Prozentbereich.

Das Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (Ebitda) erhöhte sich ebenfalls um fünf Prozent auf 323 Millionen Euro. Auf unverändert hohem Niveau lag die Ebitda-Marge mit 19 Prozent. „Wir liegen damit auf dem Pfad“, fasste Wolfgruber zusammen. Der Konzern konnte den Umsatz trotz stagnierender Absatzmengen durch eine Verschiebung hin zu hochwertigen Spezialprodukten steigern. Diese Spezialisie-



Im Geschäftsbereich Byk werden innovative Chemieprodukte entwickelt. Foto: Altana

rung werde auch weiterhin das Steckenpferd von Altana bleiben. „Wir werden auch in 2013 an unserem Ziel der nachhaltigen Wertschaffung festhalten. Deswegen investieren wir gezielt in vielversprechende Wachstumsmärkte und die Entwicklung neuer innovativer Spezialchemieprodukte“, so Wolfgruber.

Auch 2012 entfiel der größte Umsatzanteil auf die Region Europa. Aufgrund der sinkenden Nachfrage, vor allem in Südeuropa, lag der Umsatz aber operativ zwei Prozent unter dem Vorjahr. Das nominal größte Wachstum verzeichnete das Geschäft in Nord- und Südamerika mit zehn Prozent (operativ vier Prozent). In Asien verlief die Umsatzdynamik uneinheitlich. Bis zur Jahresmitte lagen die Wachstumsraten insbesondere in China auf niedrigem Niveau. In der zweiten Jahreshälfte legten die Umsätze in der Region zweistellig zu. Insgesamt wuchs dort das Geschäft sowohl nominal als auch operativ ähnlich wie in Amerika.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr investierte Altana kräftig in den Bereich Forschung und Entwicklung und steigerte die Aufwendungen gegenüber dem Vorjahr um 17 Prozent auf 102 Millionen Euro. Das entspricht einem Umsatzanteil von sechs Prozent (Vorjahr 5,4 Prozent). Drei Viertel der Aufwendungen für Forschung und Entwicklung entfielen dabei auf deutsche Standorte. Die Unsicherheiten in Bezug auf die weitere wirtschaftliche Entwicklung, vor allem in Europa, bleiben aus Sicht des Unternehmens auch in 2013 bestehen.

Dennoch erwartet der Vorstand für das laufende Geschäftsjahr insgesamt steigende Absatzmengen und ein dadurch getriebenes Wachstum im unteren einstelligen Prozentbereich. Darüber hinaus plant der Weseler Konzern Investitionen von über 100 Millionen Euro. Das entspricht einem deutlichen Anstieg gegenüber dem Vorjahr und begründet sich unter anderem durch den Ausbau der Produktion des Geschäftsbereichs Byk am US-Standort Wallingford – die bisher größte Einzelinvestition der Altana-Gruppe außerhalb Deutschlands. ●

Commerzbank Duisburg zieht positive Bilanz

Kreditvolumen für Firmenkunden wuchs um fast 23 Prozent

Die Commerzbank in Duisburg hat das Jahr 2012 trotz eines konjunkturell schwierigen Umfelds erfolgreich abgeschlossen. Wie das Kreditinstitut anlässlich seiner Bilanzpressekonferenz am 12. April mitteilte, konnten sowohl der Privatkunden-Bereich als auch das Geschäft mit Firmenkunden weiter ausgebaut werden.

„Die Zahl der Privatkunden erhöhte sich im vergangenen Jahr auf 69 500“, so Klaus Strehle, unter anderem verantwortlich für die sieben Duisburger Filialen sowie die Nie-

derlassung in Moers. Weitere Eckpunkte aus der Bilanz: Das Neugeschäft bei Immobilienfinanzierungen wuchs auf 61 Millionen Euro, an rund 7 100 Geschäftskunden wurden Darlehen in Höhe von 17,3 Millionen Euro vergeben. Die Kundeneinlagen stiegen um zehn Prozent auf 354 Millionen Euro.

Das Firmenkundengeschäft in der Region Duisburg, Wesel, Moers, Kamp-Lintfort, das in der Mittelstandsbank der Commerzbank zusammengefasst ist, konnte nach Angaben des Kreditinstituts ebenfalls ein gutes Ergebnis ausweisen. Derzeit werden in der Mittelstandsbank der Regionalfiliale Duisburg rund 900 Firmenkunden betreut. Insgesamt erhöhte sich das operative Ergebnis der Commerzbank im Jahr 2012 auf 1216 Millionen Euro (2011: 507 Millionen Euro). Die Commerzbank beschäftigt heute in Duisburg 138 Mitarbeiter. ●

Gutes Ergebnis im Geschäftsjahr 2012 erzielt

Sparkasse Duisburg verzeichnet Zuwächse bei Krediten und Einlagen

Trotz widriger Rahmenbedingungen hat sich die Sparkasse Duisburg im Geschäftsjahr 2012 gut behauptet. Die Bilanzsumme von 5,5 Milliarden Euro blieb gegenüber dem Vorjahr stabil. Der Gewinn konnte von 6,1 auf 6,3 Millionen Euro leicht gesteigert werden. Aber: „Unser Ziel ist nicht die Gewinnmaximierung oder massives Wachstum“, so Hans-Werner Tomalak, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse.

Insgesamt stehen Krediten von rund 3,8 Milliarden Euro über 4,2 Milliarden Euro Einlagen gegenüber. Die Sparkasse Duisburg sei zur Refinanzierung des Kreditgeschäftes nach wie vor nicht auf die Kapitalmärkte angewiesen, betonte Tomalak. Im operativen Geschäft hätten sich die schwierigen Marktbedingungen sowie das niedrige Zinsniveau aber belastend ausgewirkt. Der gesamte Kreditbestand wuchs um 2,1 Prozent auf 3 787 Millionen Euro.

Das Volumen der neubewilligten Kredite betrug insgesamt über 600 Millionen Euro, Immobilienfinanzierungen nahmen gegen-

über 2011 um 2,3 Prozent auf 161 Millionen Euro zu. Die Mittel flossen in den Bau, den Erwerb oder die Modernisierung von über 1500 Objekten. Für den privaten Konsum nahmen die Kunden rund 95 Millionen Euro an Privatkrediten auf – 6,9 Prozent mehr als im vergangenen Jahr.

Nachdem das Kreditgeschäft mit Firmenkunden zwei Jahre in Folge wuchs, war 2012 ein Rückgang zu spüren. Die Kreditzusagen in diesem Segment betragen 285 Millionen Euro und bewegten sich damit unter dem herausragenden Vorjahresergebnis von 380 Millionen Euro. „Diese Entwicklung geht einher mit der Vorsicht, die Unternehmen bei ihren derzeitigen Investitionsplanungen walten zu lassen“, so Dr. Joachim Bonn, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Duisburg. Darüber hinaus sei festzustellen, dass viele Unternehmen ihre liquiden Mittel in kurzfristige Anlagen parkten. Insgesamt stieg der Einlagenbestand um rund 130 Millionen Euro auf 4 236 Millionen Euro.

Der Steueraufwand der Sparkasse Duisburg beträgt 14,1 Millionen Euro. Davon erhalten die Städte Duisburg 6,9 Millionen Euro und Kamp-Lintfort 0,7 Millionen Euro direkt als Gewerbesteuer. Das Kreditinstitut beschäftigt 1282 Mitarbeiter, darunter 74 Auszubildende. In 2012 wurden 26 Auszubildende ins Angestelltenverhältnis übernommen. Dieses Jahr ist die Einstellung von bis zu 30 Auszubildenden geplant. ●

Eric Schweitzer

Neuer DIHK-Präsident



Eric Schweitzer ist neuer Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK). Die Vollversammlung wählte den Berliner Unternehmer und IHK-Präsidenten einstimmig zum Nachfolger von Hans Heinrich Driftmann, der vier Jahre an der Spitze des DIHK stand. Der 47-jährige Schweitzer ist Mitinhaber des Recyclingunternehmens Alba-Group, das er gemeinsam mit seinem Bruder Axel Schweitzer leitet. Das Unternehmen beschäftigt rund 9 000 Mitarbeiter.

Zu Handelsrichtern wiedervernannt

Die Präsidentin des Oberlandesgerichts Düsseldorf hat auf Vorschlag der Niederrheinischen IHK Hans-Werner Tomalak, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Duisburg, für die Zeit vom 15. Mai 2013 bis zum 14. Mai 2018, sowie Klaus Gillhausen, Duisburg, für die Zeit vom 15. April 2013 bis zum 14. April 2018, zu Handelsrichtern beim Landgericht Duisburg wiedervernannt.

Kirsten Wittke-Lemm

Neu in der Geschäftsführung der Unternehmerschaft Niederrhein

Seit dem 1. April ist Kirsten Wittke-Lemm Mitglied der Geschäftsführung der Unternehmerschaft Niederrhein. Neben Hauptgeschäftsführer Hartmut Schmitz und dessen Stellvertreter Dr. Ralf Sibben ist sie die Dritte an der Spitze des niederrheinischen Arbeitgeberverbandes. Kirsten Wittke-Lemm ist seit 18 Jahren Juristin bei der Unternehmerschaft Niederrhein. Bereits

ihr Referendariat hat sie beim Arbeitgeberverband in Krefeld absolviert. Bekannt ist sie durch die intensive Beratungstätigkeit bei den Mitgliedsunternehmen und deren Vertretung vor Gericht. Die ausgewiesene Expertin in den Bereichen Arbeits-, Sozial- und Tarifrecht ist darüber hinaus auch als Dozentin für Bildungseinrichtungen aktiv.

Volker Grothe

Neu in FSGG-Geschäftsführung



Volker Grothe ist neu in der Geschäftsführung bei der Frank Schwarz Gastro Group GmbH (FSGG), Duisburg. Neben Geschäftsführer Frank Schwarz und Prokuristin Silvia Borghorst verantwortet der gebürtige Duisburger den Bereich „Operative“. Zuletzt arbeitete er als Manager im Courtyard by Marriott, Düsseldorf, ehe er 2008 zur FSGG kam. Nach seiner Tätigkeit als Projektleiter wurde er zum Operationmanager befördert.

DIHK-Wahl

Neu als Vize-Präsidenten

Die Vollversammlung des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) hat die IHK-Präsidenten Paul Bauwens-Adenauer, Peter Esser, Fritz Horst Melsheimer und Klaus Olbricht zu DIHK-Vizepräsidenten gewählt. Für Paul Bauwens-Adenauer und Klaus Olbricht ist es die zweite Amtsperiode. Paul Bauwens-Adenauer, Geschäftsführender Gesellschafter der Bauwens GmbH & Co. KG in Köln, ist seit 2005 Präsident der IHK zu Köln. Peter Esser ist Gesellschafter, Verleger und Herausgeber der Mittelbayerischen Zeitung und Präsident der IHK Regensburg. Fritz Horst Melsheimer ist Vor-

standsvorsitzender der HanseMercur Versicherungsgruppe. Der 62-Jährige ist Präses der Handelskammer Hamburg. Klaus Olbricht ist Geschäftsführer der Elektromotoren und Gerätebau Barleben GmbH. Der 59-Jährige ist Präsident der IHK Magdeburg.

Armin Rehberg

Neu im Landgard-Vorstand

Mit Wirkung zum 1. Mai hat der Aufsichtsrat der Landgard eG, Straelen, Armin Rehberg (47) neu in den Vorstand berufen. Er verstärkt das Vorstandsteam, bestehend aus Gerold Kaltenbach, CFO, und Karl Voges, Erzeugermanagement. Rehberg wird insbesondere die Vermarktungsstrategie und die Vertriebsorganisation, die Logistik sowie den Bereich Kommunikation/Marketing verantworten.

Stephan Tomat

Chief Operating Officer bei Katjes

Die Katjes International GmbH & Co. KG, Emmerich am Rhein, hat mit Wirkung zum 15. März Stephan Tomat als Chief Operating Officer verpflichtet. Tomat ist gleichzeitig Mitglied der Geschäftsleitung neben Stephan Milde. Stephan Tomat, 44, war in seiner 20-jährigen Karriere unter anderem CEO der Nestlé Chocoladen GmbH und der Nordmilch AG.

Hans Egon Schwarz

65. Lebensjahr vollendet

Hans Egon Schwarz, seit 1994 Vorstandsmitglied der DTG Deutsche Transport-Genossenschaft Binnenschifffahrt eG, hat am 14. April sein 65. Lebensjahr vollendet. Von 1997 bis 2001 war Schwarz Mitglied der IHK-Vollversammlung. Seit dieser Zeit bringt er seine hohe Fachkompetenz auch in den IHK-Ausschuss für Verkehr und Logistik ein. Als Vertreter der Partikulier-Binnenschifffahrt engagiert sich Schwarz zudem seit vielen Jahren in der Schifferbörse zu Duisburg-Ruhrort, seit 2002 auch im Vorstand. Dank seines Einsatzes konnte im vergangenen Jahr die Schifferbörse als Verein gegründet werden.

Vorausschauende Planung ist die halbe Miete

Bei Mitarbeitergesprächen sind die Führungskräfte in der Pflicht



Foto: thinkstock.de/Comstock Images

Regelmäßige Mitarbeitergespräche fördern das gegenseitige Verständnis zwischen Führungs- und Fachkräften und erleichtern die Zusammenarbeit. Mitarbeiter erwarten, dass Vorgesetzte sich mit ihnen austauschen – über Ziele, Aufgaben und Leistungen, Stärken und Schwächen. Dr. Wolfgang Mentzel, Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule Koblenz, verdeutlicht in „tw“, dass es bei Mitarbeitergesprächen vor allem auf das Fingerspitzengefühl der Führungskräfte ankommt.

Grundsätzlich gilt, dass zu den Mitarbeitergesprächen alle Unterhaltungen zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern zählen, die über kurze Wortwechsel in der Alltagskommunikation hinausgehen. Mitarbeitergespräche werden so gut wie immer vom direkten Vorgesetzten geführt. Nur in Ausnahmefällen wird diese Aufgabe vom nächst höheren Vorgesetzten oder von Vertretern aus der Personalabteilung wahrgenommen. Es handelt sich dabei meistens um Vier-Augen-Gespräche. In Einzelfällen, beispielsweise bei disziplinarischen Inhalten, kann es vorkommen, dass der Vorgesetzte oder Mitarbeiter eine weitere Person hinzuzieht – dabei kann es sich wiederum um einen höheren Vorgesetzten, einen Mitarbeiter der Personalabteilung oder ein Mitglied des Betriebsrates handeln. In bestimmten Fällen kann die Teilnahme eines Betriebsratsmitglieds sogar ausdrücklich verlangt werden.

Ein korrekt geführtes Mitarbeitergespräch hat sowohl für den Vorgesetzten als auch für die Mitarbeiter zahlreiche Vorteile:

- + Die Kommunikation und der Informationsaustausch werden gefördert.
- + Missverständnisse oder Vorurteile werden abgebaut.
- + Mitarbeiter können eigene Gedanken einbringen und sich mit den gefundenen Lösungen besser identifizieren.
- + Durch gemeinsame Zielvereinbarungen werden sie mit in die Planung einbezogen.
- + Das Zwischenmenschliche wird gestärkt, das Gemeinschaftsgefühl gefördert.

Auch wenn die Initiative für ein Mitarbeitergespräch von beiden Seiten ausgehen kann, so trägt der Vorgesetzte die Verantwortung für eine erfolgreiche Gesprächsführung. Konkret bedeutet das, dass sich Führungskräfte für die Anliegen ihrer Mitarbeiter auch entsprechend Zeit nehmen sollten. Dies schließt mit ein, die notwendige Geduld aufzubringen, damit der Mitarbeiter ausreichend zu Wort kommen kann. Vorgesetzte können dabei unterstützend wirken, etwa durch aktives Zuhören oder den Einsatz von Fragetechniken. Mit den auf diese Weise hervorgebrachten Vorschlägen, Bedenken und Sichtweisen der Mitarbeiter sollten sich Chefs ernsthaft auseinandersetzen. Schließlich: Ein Mitarbeitergespräch endet mit einem konkreten Ergebnis.

Das bedeutet, mit Mitarbeitern verbindliche Vereinbarungen zu treffen und auf deren Umsetzung zu achten.

Planung ist alles. Nur wenige Mitarbeitergespräche müssen aus der Situation heraus, also spontan, geführt werden – wie es etwa bei plötzlichen Sicherheitsverstößen der Fall ist, die nach einer umgehenden Reaktion verlangen. Die meisten Gespräche (Einführung, Beurteilung, Anerkennung und Kritik, Fördergespräch, Wiedereingliederungsgespräch) können jedoch geplant werden. Leider wird die Bedeutung der Vorbereitung häufig unterschätzt. Es reicht nicht, dass der Vorgesetzte glaubt, seine Mitarbeiter zu kennen und die wesentlichen Aspekte im Kopf zu haben. Durch eine angemessene Vorbereitung kann aber gewährleistet werden, dass sich die Gesprächsdauer in einem angemessenen Rahmen hält und sich die Diskussion nicht emotional festbeißt. Eine vorausschauende Planung macht es wahrscheinlicher, dass die Gesprächsziele erreicht werden oder mit einem für beide Seiten akzeptablen Ergebnis enden.

Gesprächsatmosphäre

Um sicherzustellen, dass nichts vergessen wird, sollte die Vorbereitung bei besonders schwierigen Gesprächen schriftlich erfolgen. Somit kann man auf bestehende Überlegungen zurückgreifen und kommt nicht aus dem Konzept. Eine vollständige Planung umfasst inhaltliche Aspekte und die sachlich-organisatorische Seite wie Zeit und Ort. Dabei ist darauf zu achten, dass das Gespräch in Ruhe und ohne Unterbrechungen geführt werden kann. Die Dauer sollte so bemessen werden, dass neben eigenen Themen genügend Zeit für die Anliegen des Mitarbeiters bleibt. Zur Planung zählt auch die rechtzeitige Information über den Termin, Ort und Gesprächsanlass. Der Mitarbeiter kann auch ausdrücklich dazu aufgefordert werden, sich vorab über alle The-

men Gedanken zu machen, die er in das Gespräch einbringen möchte.

Keine Monologe

Zur inhaltlichen Vorbereitung ruft sich der Vorgesetzte die Ereignisse der vergangenen Periode (die gesamte Phase seit dem letzten Gespräch) in Erinnerung. Damit stellt er sicher, dass nicht nur die Beobachtungen der jüngsten Zeit herangezogen werden. Er trägt die Verantwortung für den Gesprächsablauf. Von ihm wird erwartet, dass er die Regeln der Gesprächsführung kennt und einhält. Dazu zählen insbesondere der Einsatz der Fragetechnik und die Fähigkeit zum Zuhören. Ein Mitarbeitergespräch darf nicht zum Monolog werden. Nur, wenn auch der Mitarbeiter ausreichend zu Wort kommt, wird ein für beide Seiten sichtbarer Gesprächserfolg ermöglicht. Entscheidend sind jedoch der tatsächliche Dialog zwischen Mitarbeiter und Vorgesetztem, also die Auseinandersetzung mit der Meinung des Anderen, sowie der faire Umgang mit abweichenden Meinungen oder Einwendungen.

Für Mitarbeitergespräche existiert kein starres, allgemeingültiges Ablaufschema. Jede Konversation muss unter Beachtung der jeweiligen Situation sowie der individuellen Eigenarten der Beteiligten geführt werden. Bewährt haben sich aber halbstrukturierte Gespräche, die sich an einem Leitfaden orientieren. Dabei kommt es nicht so sehr darauf an, dass eine bestimmte Reihenfolge eingehalten wird. Wichtiger ist es, dass am Ende des Gesprächs alle Punkte abgehandelt sind. Beide Teilnehmer müssen das Gefühl haben, dass sie ihr Anliegen einbringen konnten und es ausreichend besprochen wurde.

Das Mitarbeitergespräch sollte in gutem Einvernehmen abgeschlossen werden. Vorher bestehende oder während des Gesprächs auftretende Missverständnisse sollten weitestgehend ausgeräumt sein.

Vorbereitung

- Um was geht es (Thema, Anlass)?
- Verfüge ich über ausreichende Informationen?
- Wurden alle zu besprechenden Themen notiert?
- Wie gliedere ich das Gespräch?
- Welche Ziele werden verfolgt?
- Wie argumentiere ich?
- Mit welchen Einwendungen ist zu rechnen?
- Was weiß ich über den Mitarbeiter?
- Was will der Mitarbeiter erreichen?

Gesprächsverlauf

- Gemeinsam mit dem Mitarbeiter die Unterschiede der einzelnen Sichtweisen herausarbeiten und nach deren Ursachen suchen.
- Lösungen finden, die für beide Gesprächspartner akzeptabel sind.
- Die eigene Meinung ändern, wenn sich im Gespräch entsprechende Aspekte ergeben.
- Zwischenergebnisse herausarbeiten.
- Das endgültige Ergebnis nochmals zusammenfassen, das Wichtigste schriftlich festhalten.

Infobox

Professor Dr. Wolfgang Mentzel lehrt an mehreren Hochschulen mit den Schwerpunkten Personal und Kommunikation. Seine Veröffentlichung „Mitarbeitergespräche erfolgreich führen“ ist im Verlag Haufe, Freiburg, erschienen (ISBN 978-3-648-03157-5).



Neues aus den Hochschulen

Niag stand Pate für erste E-Government-Absolventin

Linda Reiner heißt die erste Studentin der Hochschule Rhein-Waal, die am Campus Kamp-Lintfort ihren Bachelor-Abschluss im Studiengang E-Government absolvierte. Als „Pate“ stand ihr die Niederrheinische Verkehrsbetriebe Aktiengesellschaft Niag mit Sitz in Moers zur Seite. Gemeinsam mit ihrer Kommilitonin Zeinab Raad führte Linda Reiner ein Projekt in der Buswerkstatt der Niag durch. Über dieses andauernde Projekt kam dann die Verbindung zum verantwortlichen Verkehrsplaner des ÖPNV-Unternehmens, Stephan Kreth, zustande. Er bot der bereits am Ende ihres Studiums stehenden Linda Reiner die Möglichkeit einer Projektarbeit mit dem Titel „Prozessanalyse in der Verkehrsplanung“. Linda Reiner hierzu: „Für mich als berufsbegleitende Studentin war dies ein ideales Projekt, da es – in Abstimmung mit der Hochschule – als Bachelorarbeit angelegt werden konnte und zeitlich sowie arbeitstechnisch sehr flexibel handhabbar war.“ Nach den erforderlichen Vorarbeiten bei der Niag, wie das Abstecken der Projektziele und eine Mitarbeiterbefragung, folgte ab Herbst 2012 die Einarbeitung in die von der Niag bereitgestellten Software-Programme sowie die Implementierung der Interviewergebnisse, eine Ausarbeitung der grafischen Darstellungen und letztlich die Ergebnissammenfassung für die Bachelorarbeit.

Kontakt

Die Fördervereine bieten Unternehmen eine Plattform, um den Kontakt zu den Hochschulen zu intensivieren, sie zu unterstützen und Fachkräfte gezielt zu fördern. Ansprechpartnerin beim Förderverein Hochschule Rhein-Waal e. V.: Nadine Deutschmann, Telefon 02821 997542, E-Mail info@foerderverein-hrw.de. Ansprechpartner der Duisburger Universitätsgesellschaft (D.U.G.): Claus-Robert Witte, Telefon 0203 379-4409, E-Mail dug@uni-due.de.

Betriebsveranstaltungen: 110-Euro-Freigrenze

Der Bundesfinanzhof hat entschieden, dass Aufwendungen einer Betriebsveranstaltung auf die teilnehmenden Arbeitnehmer aufzuteilen sind. Aufwendungen stellen dann Arbeitslohn dar, wenn sie Entlohnungscharakter haben. Übersteigen die Aufwendungen je Arbeitnehmer 110 Euro, ist der gesamte Betrag steuerpflichtig. Dem Urteil lag folgender Sachverhalt zugrunde: Der Kläger veranstaltete für seine Mitarbeiter ein Sommerfest und wandte pro Teilnehmer 175 Euro auf. Eine Lohnversteuerung nahm der Arbeitgeber nicht vor, weil er der Auffassung war, dass diese Kosten übliche Zuwendungen im Rahmen einer Betriebsveranstaltung seien. Die Grenze von 110 Euro sei seit 1993 nicht mehr angepasst worden. Das Finanzamt und Finanzgericht stimmten dieser Auffassung nicht zu und nahmen eine Versteuerung vor. Der BFH hob das Urteil des Finanzgerichts auf und wies es zur erneuten Entscheidung zurück. Die Richter sind der Auffassung, dass zu den aufzuteilenden Kosten nur diejenigen zählen, die im unmittelbaren Zusammenhang mit der Betriebsveranstaltung stehen. Leistungen, die nicht in unmittelbarem Zusammenhang stehen und durch die der Arbeitnehmer deshalb nicht bereichert ist, sind nicht in die Freigrenze einzubezie-



Foto: Olivia Strupp

hen. In die Ermittlung, ob die Freigrenze überschritten ist, sind grundsätzlich die den Arbeitgeber treffenden Gesamtkosten der Veranstaltung einzubeziehen und zu gleichen Teilen sämtlichen Teilnehmern zuzurechnen. In die Gesamtkostenermittlung dürfen nach dem BFH nur solche Kosten des Arbeitgebers einfließen, die untrennbar Kosten der Betriebsveranstaltung sind. Individualisierbare und als Arbeitslohn zu berücksichtigende Leistungen sind gesondert zu erfassen. Fazit: Aus Sicht der Richter ist die Freigrenze regelmäßig an die Geldentwicklung anzupassen. Dies obliegt allein der Finanzverwaltung. Jedoch sollte diese Anpassung alsbald vorgenommen werden. Es bleibt abzuwarten, ob die Finanzverwaltung das BFH-Urteil umsetzt. Urteil (VI R 79/10) vom 12. Dezember 2012 KG

Ausfall des Web-Shops

Viele mittlere Unternehmen sind darauf angewiesen, dass ihre Webseite oder ihr Web-Shop rund um die Uhr funktionieren. Fällt die Seite aus, kann es – gerade für kleinere Firmen – zum Teil existenzbedrohend werden. Die eigenen oder die gemieteten Web-Server sollten daher aus sicherheitstechnischer Sicht vor so genannten DDoS-Attacken (Distributed Denial of Service) geschützt sein. Mittels DDoS-Angriffen werden Server beispielsweise mit einer Vielzahl von fehlerhaften IP-Paketen bombardiert – mit dem Ziel, dass der Server wegen Überlastung seinen Dienst einstellt. Ein prominentes Beispiel war das vom IT-Sicherheitsunternehmen Kaspersky Lab im Jahr 2011 entdeckte Miner-Botnetz, das explizit die Webseiten von Pizza-Lieferdiensten außer Gefecht gesetzt hat. Anfällig für DDoS-Attacken seien

vor allem Branchen, die in großer Konkurrenz mit ihren Wettbewerbern stehen. DDoS-Angriffe werden eingesetzt, um Mitbewerber vom Markt zu drängen oder temporär zu blockieren. Zudem können solche Angriffe zu Reputationsschäden führen. Der Kunde vermutet nach dem erfolglosen Zugriff auf die Webseite zunächst technische Probleme des Anbieters. Darunter leidet die Außenwirkung des Unternehmens. In beiden Fällen werden sich Interessenten und potenzielle Kunden bei der Konkurrenz umsehen – ganz im Sinne der Hintermänner des Angriffs. Darüber hinaus können Unternehmen mittels DDoS-Angriff erpresst werden, so Kaspersky Lab. Firmen, deren Geschäft sehr stark vom Web abhängig ist, sollten daher ihre IT-Infrastruktur entsprechend schützen. Wie das geht, zeigt der BSI-Leitfaden „Abwehr von DDoS-Angriffen“, der unter <http://bit.ly/XGhuOD> abrufbar ist. FS

E-Book-Besteuerung

Die Europäische Kommission hat beim Gerichtshof der Europäischen Union (EuGH) Klage gegen Frankreich und Luxemburg eingereicht, weil beide Staaten einen ermäßigten Mehrwertsteuersatz auf elektronische Bücher erheben (Frankreich: sieben Prozent, Luxemburg: drei Prozent). Die Bereitstellung digitaler Bücher gilt als eine auf elektronischem Wege erbrachte Dienstleistung, die nicht in Anhang III der Mehrwertsteuer-Systemrichtlinie aufgeführt ist und daher nicht zum ermäßigten Satz besteuert werden darf. Die EU-Kommission überprüft derzeit den Katalog der ermäßigten Mehrwertsteuersätze und will dazu bis Jahresende einen Vorschlag machen, der unter anderem ähnliche Gegenstände und Dienstleistungen gleich besteuert und den technischen Fortschritt berücksichtigt. Bis dahin hält sie die Einhaltung bestehender Vorschriften – auch

mit Blick auf einen fairen Steuerwettbewerb – für zwingend. Sie verweist in diesem Zusammenhang auf spürbare Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten der Wirtschaftsbeitragsberechtigten in den übrigen Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Der Beschluss der Kommission, den Gerichtshof zu befassen, ist auf das Versäumnis Luxemburgs und Frankreichs zurückzuführen, ihre innerstaatlichen Steuervorschriften an das EU-Recht anzupassen. Zu diesem Zweck hatte die Kommission am 24. Oktober 2012 eine mit Gründen versehene Stellungnahme abgegeben. Fazit: Bestehendes Recht ist einzuhalten. Andererseits ist der Aussage des zuständigen EU-Kommissars Šemeta, dass die steuerliche Behandlung traditioneller und digitaler Bücher geklärt werden muss, nur zuzustimmen. Darüber hinaus sollte der Katalog ermäßigt besteuert Waren und Dienstleistungen dringend und durchgreifend überarbeitet werden. Wei

Sachmittel für Betriebsräte

Verlangt ein Betriebsrat vom Arbeitgeber bestimmte Sachmittel für die Betriebsratstätigkeit, verfügt er dabei über einen Beurteilungsspielraum. Zu berücksichtigen sind hierbei die Größe des Betriebes und die Besonderheiten des Einzelfalles. Das hat das Landesarbeitsgericht Köln im Fall eines aus sieben Personen bestehenden Betriebsrats in einem Dienstleistungsunternehmen für Hausmeisterarbeiten entschieden, der vom Arbeitgeber einen geeigneten abschließbaren Raum mit Schreibtisch, Tisch, acht Stühlen, verschließbarem Aktenschrank, Telefonanschluss und Computer forderte. Der Arbeitgeber lehnte die Bereitstellung eines eigenen Raumes ab. In seiner Begründung weist das Gericht darauf hin, dass der Betriebsrat prüfen müsse, ob ein von ihm verlangtes Sachmittel für die Erledigung der Betriebsratsaufgaben erforderlich ist. Entscheidend seien nicht allein die subjektiven Bedürfnisse, sondern ebenso die betrieblichen Verhältnisse und die sich dem Betriebsrat stellenden Aufgaben. Dabei habe er die Interessen der Mitarbeiter an einer sachgerechten Betriebsratstätigkeit einerseits und berechnete Arbeitgeberinteressen an einer Begrenzung der Kostentragungspflicht andererseits gegeneinander abzuwägen. Vorliegend habe der Betriebsrat seinen beste-

henden Beurteilungsspielraum nicht überschritten. Denn die Betriebsgröße und die dezentrale Betriebsorganisation erschweren die ordnungsgemäße Betriebsratstätigkeit, wenn nicht an zentraler Stelle ein Raum zur alleinigen Verwendung zur Verfügung stehe. Auch mit der Forderung der übrigen Ausstattungsgegenstände habe der Betriebsrat seinen Beurteilungsspielraum nicht überschritten. (Beschluss des Landesarbeitsgerichts – LAG – Köln vom 23. Januar 2013, Az: 5 TaBV 7/12) Praxistipp: Die vom Betriebsrat für erforderlich gehaltene Ausstattung richtet sich nach den Umständen des Einzelfalles und kann daher nicht schematisch beurteilt werden. Die Zurverfügungstellung eines Computers wird von der Rechtsprechung regelmäßig als erforderlich angesehen, ein separater Raum wird nur bei besonderen Bedingungen notwendig sein. Bs

Gewerbliche Nutzer bei Facebook

Was für Druckmedien seit rund 500 Jahren üblich ist, wird jetzt auch bei Social Media zumindest für gewerbliche Nutzer zur Pflicht: Die explizite Aufführung eines Impressums mit Angaben über die Autoren und presserechtlich Verantwortlichen einer Publikation. Soziale Netzwerke wie Twitter, Google+, Xing und LinkedIn führen Privatpersonen nach Interessen oder bestimmten Kontaktstrukturen weltweit zusammen. In Facebook, dem mit Abstand größten Netzwerk, haben sich inzwischen über eine Milliarde Menschen registriert. Die rasant wachsenden Teilnehmerzahlen machen Social Media daher zunehmend für Unternehmen interessant, die hier für sich und ihre Leistungen zielgruppengerecht mit einem bisher kaum gekann-

ten Multiplikatoreneffekt werben können. Doch nicht ohne Regeln: So hat das Landgericht Regensburg den Betreiber einer gewerblich genutzten Facebook-Seite verurteilt, weil dieser kein dem Telemediengesetz entsprechendes Impressum vorhielt. (Urteil vom 17. Januar 2013 (Az. 1 HK O 1884/12)) Damit unterstrichen die Richter zwei bereits früher ergangene Entscheidungen, die eine Impressumspflicht vorgeschrieben hatten: Das Landgericht Aschaffenburg forderte dies für Facebook-Fanseiten (Urteil vom 19. August 2011, Az. 2 HK O 54/11) und das Oberlandesgericht Hamm für offizielle mobile Apps von Kommunikationsplattformen und damit auch für Handy-Nutzer (Urteil vom 20. Mai 2010, Az. 4 U 225/09). Wer eine rein private Fanseite etwa für einen Star oder einen Verein betreibt, muss kaum mit Abmahnungen rechnen. Aber



Foto: © pantermidia.net/Thomas Lachemund

Vorsicht bei allen sogenannten Facebook-Fanseiten, hinter denen ein Gewerbe steckt. Fehlt hier ein Impressum, drohen empfindliche Abmahnungen. Bisher sind aber lediglich Facebook-Seiten betroffen. Doch die Impressumspflicht gilt genauso für Twitter, google+ oder YouTube. hoe

Arbeitnehmer muss Zeugnis abholen

Erhält ein Arbeitnehmer am Ende seines Arbeitsverhältnisses ein Zeugnis, ist dieses regelmäßig von ihm abzuholen. Wer sein Arbeitszeugnis ohne vorherigen Abholversuch einklagt, muss damit rechnen, die Prozesskosten zu tragen. Das hat das Landesarbeitsgericht Berlin-Brandenburg im Fall eines kaufmännischen Leiters entschieden,

der seinen ehemaligen Arbeitgeber zur Übersendung des Zeugnisses aufforderte und ihn verklagte, als dies innerhalb der gesetzten Frist nicht geschah. Im Güteermin vor dem Arbeitsrichter wurde das Zeugnis übergeben. Nach Erledigung der Hauptsache war über die Kosten zu entscheiden, die das Gericht dem Arbeitnehmer auferlegte. In seiner Begründung weist das Gericht darauf hin, dass Arbeitnehmer bei Beendigung ihrer Arbeitsverhältnisse Anspruch auf ein schriftliches Zeugnis hätten. Das spezielle Gesetz regelt keinen Erfüllungsort, sodass die allgemeinen Regelungen des Bürgerlichen Gesetzbuches zur Anwendung kämen. Danach sei der Wohnsitz des Schuldners maßgeblich, bei Gewerbetreibenden also der Sitz der Betriebsniederlassung. Lediglich in Ausnahmefällen könne nach Treu und Glauben etwas anderes geboten sein. Vorliegend habe der Arbeitnehmer vor der Klageerhebung keinen Abholversuch unternommen, die Klageerhebung sei daher nicht gerechtfertigt gewesen. (Beschluss des Landesarbeitsgerichts - LAG - Berlin-Brandenburg vom 6. Februar 2013, Az: 10 Ta 31/13) Praxistipp: Regelmäßig ist es am einfachsten, das Zeugnis am letzten Arbeitstag zu übergeben. Ist das nicht möglich, sollte auf die Abholung hingewiesen werden. Eine Versendung muss der Arbeitgeber nur in Son-

derfällen vornehmen. Im Zweifelsfall empfiehlt sich in solchen Fällen eine Absprache mit dem Zeugnisempfänger. Bs

Grünbuch zu Kunststoffabfällen

Mit dem Anfang März von der EU-Kommission vorgelegten „Grünbuch zu einer europäischen Strategie für Kunststoffabfälle in der Umwelt“ soll eine Diskussion über die ökologischen und ökonomischen Rahmenbedingungen des Einsatzes und der Entsorgung von Kunststoffen eingeleitet werden. Hintergrund sind aus Sicht der Kommission vor allem der hohe Anteil an Deponierung und Verbrennung, die lange Haltbarkeit von Kunststoffabfällen in der Umwelt sowie deren hohem Anteil in der Küsten- und Meeresumwelt. Gleichzeitig seien Abfälle im EU-Recht unzureichend geregelt oder die Umsetzung bestehenden Rechts, zum Beispiel im Rahmen von „REACH“ oder des EU-Abfallverbringungsrechts, nicht gewährleistet. Daher eröffnet die Kommission die Diskussion über verschiedene politische Optionen, unter anderem die Anwendung der Abfallhierarchie auf die Bewirtschaftung von Kunststoffabfall, die Beeinflussung des Verbraucherverhaltens und die Forschung zu nachhaltigeren Kunststoffen. AR

Arbeitnehmerhaftung: Keine Obergrenze

Verursacht ein Arbeitnehmer grob fahrlässig einen Schaden, für den er grundsätzlich haftet, kann zwar im Einzelfall eine Haftungserleichterung in Betracht kommen. Hierfür besteht jedoch keine starre Haftungsobergrenze von drei Bruttomonatsgehältern. Das hat das Bundesarbeitsgericht im Fall eines Berufskraftfahrers in einer Spedition entschieden, der nach Alkoholgenuss mit seinem Lkw bei trockener Bundesautobahn von der Fahrbahn abgekommen war, wodurch ein Schaden von 17 522 Euro entstand. Diesen Schaden verlangte der Arbeitgeber vom Arbeitnehmer, der die Zahlung verweigerte. In seiner Begründung weist das Gericht darauf hin, dass der Arbeitnehmer den Scha-

den grob fahrlässig verursacht habe. Dass ein unter starker Alkoholeinwirkung stehender Kraftfahrer sich nicht mehr ans Steuer setzen dürfe und durch eine Fahrt in diesem Zustand unverantwortliche Gefährdungen erzeuge, sei allgemein bekannt. Nach den von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen habe ein Arbeitnehmer bei vorsätzlich verursachten Schäden in voller Höhe, bei leichtester Fahrlässigkeit in der Regel nicht zu haften. Bei normaler Fahrlässigkeit sei von einer Aufteilung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer auszugehen, bei grober Fahrlässigkeit in der Regel von alleiniger Haftung des Arbeitnehmers. Allerdings könne dabei im Einzelfall eine Haftungserleichterung in Betracht kommen. Dies sei durch Abwägung der Gesamtumstände zu bestimmen, wobei Schadensanlass, -fol-

gen, Billigkeits- und Zumutbarkeitsaspekte eine Rolle spielten. Es könne auch von Bedeutung sein, ob der Verdienst des Arbeitnehmers in deutlichem Missverhältnis zum verwirklichten Schadensrisiko der Tätigkeit stehe. Eine starre summenmäßige Begrenzung komme nicht in Betracht, da es hierzu an einer gesetzlichen Grundlage fehle und eine richterliche Rechtsfortbildung ausscheide. (Urteil des Bundesarbeitsgerichts – BAG – vom 15. November 2012; Az.: 8 AZR 705/11) Praxistipp: Bei von Arbeitnehmern während ihrer Tätigkeit verursachten Schäden ist zu prüfen, welche Form des Verschuldens vorliegt. Anschließend ist unter Berücksichtigung der von der Rechtsprechung aufgestellten Grundsätze zu prüfen, inwieweit eine alleinige oder anteilige Haftung sachgerecht ist. Bs

Internetnutzung unter der Lupe

Kommunikation, Information oder Shopping: Als Alltagsmedium wird das Internet für die unterschiedlichsten Zwecke eingesetzt. Rund 97 Prozent der deutschen Onliner geben an, das Internet privat zu nutzen. Zu den Top 5 der Aktivitäten zählen dabei das Senden und Empfangen privater E-Mails (86 Prozent), die Recherche in Suchmaschinen oder Webkatalogen (84 Prozent), das Nachschlagen von Nachrichten zum Weltgeschehen (70 Prozent), Online-Shopping (70 Prozent) und die Abfrage von Wetterberichten (69 Prozent). Ein entscheidender Faktor für die Art der Nutzung ist dabei der Zugriffsort. So wird außerhalb der eigenen vier Wände vermehrt online recherchiert, während im Büro auch verstärkt Nachrichten zum Weltgeschehen oder Wetterinfos abgefragt werden. Zu diesen Ergebnissen kommt die neueste Ausgabe der Markt-Media-Studie „internet facts“ der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e. V. Die Studie weist Strukturdaten für 681 Online-Werbeträger sowie Kerndaten zur Internetnutzung, Zielgruppen und E-Commerce aus. Im Dezember 2012 waren in Deutschland insgesamt 74 Prozent, das heißt 51,77 Millionen Menschen im Netz. Der ausführliche Berichtsband findet sich unter www.agof.de/internetfacts. hoe



Foto: Ullrich Sorbe

Neue Logistik- und Verkehrsmesse „Eurotrans“

Die Messe Brunn präsentiert im September erstmalig ihr neues Konzept im Bereich Verkehr und Logistik – die Eurotrans. Die Internationale Logistik- und Verkehrsmesse wird vom 11. bis 14. September auf dem dortigen Messegelände stattfinden. Sie vereint die etablierten Messen „Autotec“ und „Transport a Logistika“ mit dem unter dem Titel „Rail-Tec“ neu hinzukommen-

den Themenbereich Schienenverkehr. Damit deckt die zukünftig im Zweijahresturnus veranstaltete Messe alle relevanten Schwerpunktbereiche des Sektors ab. Die Autec präsentiert Wichtiges rund um Lastkraftwagen und Nutzfahrzeuge, auf der Transport a Logistika wird sich alles um Straßen-transport und Logistik drehen, und die Rail-Tec beschäftigt sich mit den Themen Eisenbahn, städtischer Verkehr, Verkehrssicherheit sowie Telematik. Weitere Informationen: www.bvv.cz/de/eurotrans.

Franchisewirtschaft wuchs 2012

Fast neun Prozent mehr Franchisenehmer als 2011 und sogar über zehn Prozent mehr Beschäftigungsverhältnisse im Franchising gegenüber dem Vorjahr – so lauten die wesentlichen Ergebnisse der aktuellen Statistik zur Entwicklung der Franchisewirtschaft in Deutschland 2012. Damit fällt das Wachstum deutlich stärker aus als in den Jahren zuvor.

In absoluten Zahlen bedeutet dies, dass im vergangenen Jahr mehr als 72 700 Franchisenehmer (2011: 66 900) 546 200 Mitarbeiter (496 300) beschäftigten. Diese Entwicklung wird komplettiert durch ein leichtes Plus beim Gesamtumsatz des Wirtschaftszweigs von etwas über einem Prozent auf 61,2 Milliarden Euro. Einzig bei der Zahl der Franchisegeber ist ein marginaler Rückgang von 990 auf 985 Systeme festzustellen. Nach Branchen ist der Dienstleistungssektor mit einem deutlichen Zuwachs auf 48 Prozent der größte Bereich (plus acht Prozent). Hierauf folgt der Handel, in dem 27 Prozent aller Systeme angesiedelt sind (minus fünf Prozent). Leicht hinzugewonnen hat das Gastgewerbe mit 17 Prozent (plus einem Prozent). Das Handwerk konnte den Zuwachs aus dem Vorjahr nicht halten und liegt nun bei acht Prozent (minus vier Prozent). Ein zusätzliches Ergebnis aus der Erhebung des Franchise-Verbandes: Der Frauenanteil im Franchising liegt bei 32,7 Prozent.

Verletzung einer Arbeitsanweisung

Wenn ein Arbeitnehmer eine Arbeitsanweisung schuldhaft verletzt und dadurch eine Schädigung des Arbeitgebers verursacht, kann das nach einschlägiger Abmahnung eine verhaltensbedingte Kündigung rechtfertigen. Das hat das Landesarbeitsgericht Hamm im Fall eines Hilfsarbeiters in einem Druckereibetrieb entschieden, der eine schriftliche Arbeitsanweisung nicht eingehalten hatte. Zur Vorbereitung eines Druckauftrags hatte er durch falsche Materialverwendung für die Papierschnidemaschine eine halbstündige Zeitverzögerung verursacht. Vorgegangen waren binnen eines Jahres sieben Abmahnungen, von denen zumindest vier ähnliche Verfehlungen betrafen. In seiner Begründung weist das Gericht darauf hin, dass es sich um eine schuldhafte arbeitsvertragliche Pflichtverletzung gehandelt habe, die zu einer konkreten betrieblichen Beeinträchtigung mit einem halbstündigen Stillstand der Druckmaschine und Mehrarbeit für Mitarbeiter geführt habe. Die Kündigung sei auch verhältnismäßig. Wegen der Beharrlichkeit

und Häufigkeit und der konkreten betrieblichen Beeinträchtigungen überwiege das Lösungsinteresse des Arbeitgebers gegenüber dem Bestandsinteresse des Arbeitnehmers an seinem Arbeitsverhältnis. Es bestehe eine negative Zukunftsprognose, die durch die vorher erteilten, einschlägigen schriftlichen Abmahnungen gestützt werde. (Urteil des Landesarbeitsgerichts – LAG – Hamm vom 20. September 2012; Az.: 15 Sa 350/12) Praxistipp: Bei verhaltensbedingten Kündigungen ist zu beachten, dass eine einschlägige schriftliche Abmahnung vorangegangen sein sollte. Bs



Foto: © panthermedia.net/Martin Fally



Impressum

Herausgeber:

Niederrheinische Industrie- und Handelskammer
Duisburg · Wesel · Kleve zu Duisburg
Postfach 10 15 08, 47015 Duisburg

Redaktion:

Alfred Kilian
(Leitung, verantwortlich für den redaktionellen Inhalt)
Olivia Strupp, Telefon: 0203 2821-200
Carsten Pribyl, Telefon: 0203 2821-275
Verena Hampen, Telefon: 0203 2821-200
E-Mail: tw-redaktion@niederrhein.ihk.de

Gestalterische Konzeption:

www.cantaloop.de

Druck und Verlag:

schafrath medien
L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG DruckMedien
Marktweg 42-50
47608 Geldern
Birgit Schmetter
Telefon: 02831 396-152
Telefax: 02831 396-280

Änderungen von Zustellungsdaten der IHK-Mitgliedsunternehmen:

Hotline 0203 2821-455 sowie Fax 0203 26533

Anzeigen:

rheinland media &
kommunikation gmbh
Monschauer Str. 1
40549 Düsseldorf
Anzeigenverkaufsleitung:
Iris Domann
Anzeigenberatung/-verkauf:
Telefon: 0211/569731-70
E-Mail: iris.domann@rheinland-mk.de

Gültig ist die Preisliste Nr. 8 vom 1. Januar 2013.

Mit Namen oder Initialen gezeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Niederrheinischen IHK wieder. Trotz größter redaktioneller Sorgfalt können wir insbesondere bei Fremdbeiträgen keine Haftung übernehmen. Nachdruck, auch auszugsweise, ist mit Quellenangaben gestattet, soweit die Redaktion das Verfügungsrecht hat. Die Redaktion behält sich das Recht der Kürzung und Überarbeitung von Manuskripten sowie der auszugsweisen Wiedergabe von Zuschriften, bei Bildmaterial die Wahl von Ausschnitten vor. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Bildvorlagen, Bücher und Datenträger wird keine Haftung übernommen. Bei Nichtberücksichtigung erfolgt üblicherweise keine Benachrichtigung durch die Redaktion.

Veröffentlichungen aus der Zeitschrift „Thema Wirtschaft“ können vollständig oder in Auszügen honorarfrei im Internet-Angebot der IHK veröffentlicht werden. Die Zeitschrift erscheint zehnmal jährlich, jeweils am 10. des Monats. Die Januar/Februar-Ausgabe erscheint im Februar, die Juli/August-Ausgabe im August. Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK.

Verbreitete Auflage

Quartal 4/12 - 53.191 Exemplare

tw-Einzelverkaufspreis: 2,60 EUR

tw-Jahresabonnement: 28,60 EUR

inkl. MwSt., Versandkosten und Porto
ISSN: 0945-2397

Die IHK-Geschäftsstellen:

47051 Duisburg, Mercatorstraße 22-24
Telefon: 0203 2821-0, Fax: 26533
46483 Wesel, Großer Markt 7
Telefon: 0281 22048, Fax: 15737
47533 Kleve, Boschstraße 16 (TZK)
Telefon: 02821 22233, 21510, Fax: 12571

Den blinden Fleck ausfindig machen

Bei Urteilen im Arbeitsalltag spielen Wahrnehmungseffekte eine große Rolle



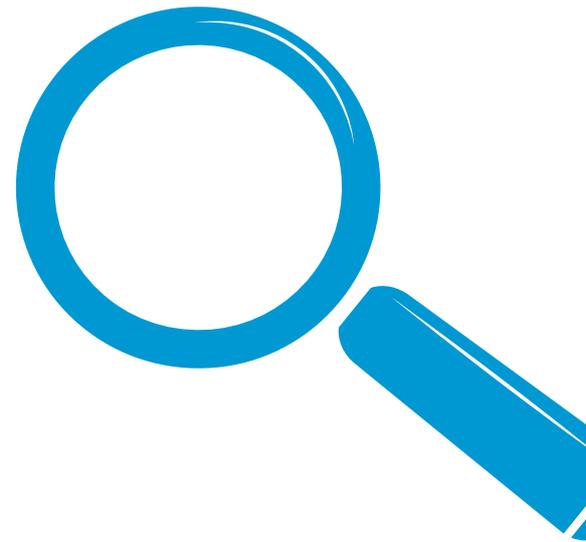
Foto: thinkstockphoto.com

Der erste Eindruck, den eine Person hinterlässt, ist von entscheidender Bedeutung – das gilt im privaten Alltag ebenso wie im Berufsleben. Immer wieder kommt es dabei zu Fehleinschätzungen. Die Folgen für Unternehmen sind falsche Personalentscheidungen und erhöhte Fluktuation. Hans-Jörg Schumacher, Managementtrainer der Unternehmensberatung Dr. Kraus & Partner, Bruchsal, stellt in „tw“ häufige Irrtümer vor.

Wenn Führungskräfte die falschen Mitarbeiter einstellen oder befördern, dann hat das für Unternehmen negative Folgen. Deshalb sollten sie die typischen Fallen kennen, in die man bei der Beurteilung von Mitarbeitern und Bewerbern ganz schnell tappen kann. Da wäre zum einen der „**Sympathie-Effekt**“: Menschen, die ähnliche Wertvorstellungen und Vorlieben wie wir haben, sind uns meist sympathischer als Personen, die anders „ticken“. Also stufen wir auch ihre Fähigkeiten höher ein.

Personalentscheider sollten jedoch nie vergessen, dass beispielsweise ein Buchhalter über andere Fähigkeiten und Eigenschaften verfügen muss, als der Chef eines Unternehmens. So ist ein „Erbsezähler“ an der Unternehmensspitze in der Regel eine Fehlbesetzung. In der Buchhaltung sind solche Charaktere jedoch gefragt. Hingegen muss ein Chef auch mal auf den Putz hauen, ganz im Gegenteil zu besagtem Buchhalter, der eher ein interner Dienstleister ist und dies im Umgang mit Kollegen auch ausstrahlen sollte. Dass die verschiedenen Funktionen unterschiedliche Persönlichkeitstypen erfordern, ist manchen Chefs nicht ausreichend bewusst. Deshalb bevorzugen sie bei der Stellenbesetzung und Beförderung unbewusst Personen, mit denen sie persönlich gerne den Umgang pflegen.

Der „**Ich-bin-der-Maßstab-Effekt**“: Führungskräfte legen oft ihre eigene Kompetenz als Maßstab beim Bewerten anderer



Personen an. Angenommen, eine Führungskraft ist besonders fit in Sachen IT. Dann stuft sie die IT-Kompetenz ihrer Mitarbeiter meist eher schlechter ein als die eigene – selbst, wenn die Kollegen über die für ihren Job erforderlichen Kenntnisse verfügen. Deshalb kann es durchaus vorkommen, dass die Führungskraft ihre Mitarbeiter zu überflüssigen IT-Schulungen schickt. Angenommen aber, eine Führungskraft hat von IT so gut wie keine Ahnung – dann besteht die Gefahr, dass sie das IT-Know-how ihrer Mitarbeiter überschätzt und ihnen nötige Schulungen verwehrt.

Kompetenz zuschreiben

Der „**Hierarchie-Effekt**“: Hiervon spricht man, wenn ranghohen Personen automatisch mehr Kompetenz zugeschrieben wird. Das ist zum Beispiel der Fall, wenn ein Abteilungsleiter einem Teamleiter reflexartig mehr Fachkenntnis als einem Sachbearbeiter unterstellt. Oder einem Diplom-Betriebswirt eine stärkere unternehmerische Denke als einem Industriekaufmann. Das geschieht oft. Die Folge: Mitarbeiter werden mit falschen Aufgaben betraut.

Der „**Benjamin-Effekt**“ ist eng mit dem Hierarchie-Effekt verwandt. Bei ihm wird Mitarbeitern, je nach Alter, mehr oder weniger Kompetenz zugeschrieben. Dass jungen Mitarbeitern wenig zugetraut wird, registriert man tendenziell eher in altingesessenen Unternehmen. Die Folge: Junge, talentierte Mitarbeiter wandern ab, weil sie nur „niedere Arbeiten“ erledigen müssen und kaum gefördert werden. Das Gegenteil trifft in der Regel auf IT-Unternehmen und Werbeagenturen zu. In diesen Fällen wird Älteren unterstellt, sie seien nicht mehr up-to-date und unflexibel. Dann wirkt sich der Benjamin-Effekt positiv für die Jungen aus.

Der „**Halo-Effekt**“: Führungskräfte schließen von einer Fähigkeit eines Mitarbeiters oft auf dessen sonstige Kompetenzen. Angenommen, ein Mitarbeiter ist ein eloquenter Redner, der sich gut präsentieren kann. Dann unterstellen Vorgesetzte, die mit ihm selten in Kontakt stehen, eher, dass es sich um einen „Top-Mitarbeiter“ handelt – selbst wenn seine Leistungen nur durchschnittlich sind. Also begegnen sie ihm wohlwollend. Das frustriert aber die wirklichen Leistungsträger, weil deren Arbeit nicht angemessen gewürdigt wird.

Der „**Kleber-Effekt**“: Häufig schließen Führungskräfte aus den bisherigen Leistungen auf die künftigen. Deshalb nehmen sie es oft nicht wahr, wenn die Leistung eines bisher guten Mitarbeiters sinkt. Denn sie haben ihm den Stempel „guter Mitarbeiter“ verpasst. Also sprechen sie mit ihm auch nicht über die Ursachen des Leistungsabfalls. Die Folge: Die Leistung des Mitarbeiters sinkt dauerhaft.

Dies gilt genauso umgekehrt. Fällt jemand durch Minderleistung auf, schaut die Führungskraft genauer hin: Wie arbeitet die betreffende Person? Und weil die Führungskraft das Bild „schlechter Mitarbeiter“ im Kopf hat, findet sie stets noch weitere Dinge, die man besser machen könnte. Sie sieht aber nicht mehr, welche Tätigkeiten der Mitarbeiter gut erledigt. Dieser ist dann frustriert. Also stellt er das Bemühen, seine Leistung zu verbessern, in der Folge ein.

Der „**Nimbus-Effekt**“: Attraktiven Menschen schreiben wir oft mehr Kompetenz zu als weniger attraktiven. Dasselbe gilt unter anderem für gut gekleidete Personen. So assoziieren wir mit „Anzug-Trägern“ oft eine besondere Seriosität. Umgekehrt unterstellen Führungskräfte nachlässig angezogenen Mitarbeitern eher, sie würden auch im Job schon einmal die Zügel schleifen lassen. Und dies, obwohl Personen, die weniger Wert auf Äußerlichkeiten und Status-Symbole legen, oft sehr gute Mitarbeiter sind.

Beurteilungsfehler vermeiden

Die genannten Effekte beeinflussen bei allen Menschen die Art, wie sie Personen wahrnehmen und beurteilen. Der einzige Unterschied besteht darin, dass einigen die Existenz dieser Beurteilungsfehler bewusst ist und anderen nicht. Kennen Führungskräfte ihre „blinden Flecken“, können sie ihre Vorurteile überprüfen, bevor sie eine abschließende Entscheidung treffen. Somit begehen sie weniger Beurteilungsfehler, die häufig gravierende Folgen für die betroffenen Mitarbeiter und das Unternehmen haben. ●



Infobox

Kontakt zum Autor unter www.kraus-und-partner.de, E-Mail hansjoerg.schumacher@kraus-und-partner.de.

Fragen an Maria Geenen-Groß

Auf Umwegen zum Ziel

Manche Dinge im Leben lassen sich nicht planen.
Ein passendes Konzept hilft, neue Wege zu beschreiten.



Frau Geenen-Groß, wie sind Sie Unternehmerin geworden?

Das war nicht geplant, geschah eher auf Umwegen. Nach der Lehre als Einzelhandelskauffrau im elterlichen Haushaltswaren-Betrieb habe ich zunächst das Abitur nachgeholt und Sozialpädagogik und Supervision studiert. Daran schlossen sich zehn Jahre Fachberatung für Tageseinrichtungen für Kinder in Münster und Paderborn an. 1990 kam ich mit meinem Mann zurück nach Xanten, wo ich ein Jahr später das Geschäft meiner Eltern übernahm.

Was hätten Sie möglicherweise anders machen müssen?

Kurz gesagt: nichts.

Ihre schwierigste unternehmerische Entscheidung und Ihre beste?

Der Um- und Ausbau unseres Geschäfts in Xanten mit einer völlig neuen Konzeption im Jahr 2009 wollte gut durchdacht sein. Die Entscheidung für die neue Geschäftsausrichtung mit dem Fokus auf hochwertigen Marken-Angeboten und der Planung von Veranstaltungen mit Eventcharakter, zum Beispiel Kochabende, fiel nicht ganz leicht, hat sich aber bewährt. Wir werden heute von unseren Kunden als Haus der Geschenke und Treffpunkt für Kochen und ein schönes Leben wahrgenommen.

Was wünschen Sie sich für Ihren Unternehmensstandort?

Für mich ist es besonders wichtig, dass die Stadt Xanten wie bisher großen Wert auf eine lebendige Einzelhandelslandschaft legt. Gerade die inhabergeführten Ladengeschäfte und eine gute Nachbarschaft machen zum großen Teil den Charme dieser Stadt aus.

Ihr Credo als Unternehmerin und privat?

Der Mensch steht für uns im Vordergrund – privat und geschäftlich. Wir wollen uns bei unserer Funktion als Dienstleister im Dialog mit Menschen wohlfühlen.

Ihre Lieblingsbeschäftigung, wenn Sie nicht im Unternehmen aktiv sind?

Mit meinem Mann besuche ich gerne Konzerte, wir erkunden die Natur zu Fuß und per Rad. Und wir freuen uns, da leben und arbeiten zu dürfen, wo andere Urlaub machen. Xanten finde ich wunderbar.

Was machen Sie am Wochenende und im Urlaub?

Dann suche ich ganz allgemein die Ruhe, den Kontakt mit lieben Freunden. Und im Urlaub geht's immer wieder gerne in das geliebte Südfrankreich.

Ihre Lieblingslektüre?

Richtig Zeit zum Lesen finde ich eigentlich nur im Urlaub. Dann interes-

sieren mich Krimis und interessante Biografien.

Was wünschen Sie sich für die nächsten Jahre?

Ich wünsche mir besonders, dass uns die Sensibilität für aktuelle Trends als Grundlage für den geschäftlichen Erfolg dauerhaft erhalten bleibt.

Haben Sie schon eine Idee, was Sie im Ruhestand tun möchten?

Für diese Zeit plane ich ernsthaft ein Studium an einer Senioren-Uni. Außerdem möchte ich mich dann gerne mehr ehrenamtlich engagieren und mit meinem Mann die neue Freizeit genießen.

(P. H.)

Zur Person

Maria Geenen-Groß (59) ist Inhaberin des Hauses der Geschenke Geenen, Treffpunkt für Kochen und schönes Leben, in Xanten, Orkstraße 17 (www.geenen-xanten.de). Neben ihr kümmern sich noch zwei Vollzeit- und zwei Teilzeitkräfte um die Kunden vom gesamten Niederrhein. Vor wenigen Wochen wurde das 111-jährige Bestehen gefeiert. Maria Geenen-Groß ist seit 26 Jahren verheiratet und engagiert sich in ihrer Freizeit für den Xantener Rotary-Club.