Gehörlose können alles außer hören S. 16

Mittelstands Magazin

www.mitmagazin.com

G 1480

9

2013

INFORMATIONEN UND FORUM FÜR MITTELSTAND, WIRTSCHAFT UND MANAGEMENT

POLITIK

SPD, Grüne und Linke wollen Steuern erhöhen

UNTERNEHMEN

3 Wege zum Werbeerfolg

SOCIAL MEDIA

Viele KMU zögern noch

www.volkswagen.de/selbststaendige

Kann nicht jeder:

Professional Class – Volkswagen für Selbstständige.

** Und für die, die es werden wollen.*

Das Programm für Selbstständige

Unsere Mobilitätsmodule für Ihre Bedürfnisse:

z. B. Wartung & Verschleiß-Aktion • KaskoSchutz • HaftpflichtSchutz • ReifenClever-Paket • Europa Tank & Service Karte Bonus

Mit Professional Class liegen Selbstständige, Freiberufler und Kleinunternehmer immer goldrichtig. Denn hier steckt genau so viel Mobilität drin, wie Sie brauchen: Top-Leasingangebot, günstiger Kasko- und HaftpflichtSchutz, attraktive Prämie und starke Service-Module mit enormen Preisvorteilen! Setzen auch Sie auf Kostentransparenz und Planbarkeit – mit Professional Class: ein starkes Paket für Ihre Mobilität.

Jetzt einsteigen und profitieren: www.volkswagen.de/selbststaendige

Kraftstoffverbrauch des Passat Variant in l/100 km:
kombiniert 9,3 – 4,3, CO_2-Emissionen in g/km: kombiniert 215 – 113.

Das Auto.

Wartung & Verschleiß-Aktion, KaskoSchutz, HaftpflichtSchutz (nur in Verbindung mit KaskoSchutz, Leistungen gem. Bedingungen der Allianz Versicherungs-AG), ReifenClever-Paket (verfügbar für ausgewählte Modelle), Europa Tank & Service Karte Bonus jeweils nur in Verbindung mit GeschäftsfahrzeugLeasing der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorner Str. 57, 38112 Braunschweig. Prämie erhältlich bei nahezu jeder Neuwagenbestellung. Professional Class ist ein Angebot für alle Selbstständigen. Einzelheiten zur jeweils erforderlichen Legitimation erfahren Sie bei Ihrem teilnehmenden Volkswagen Partner. Abbildung zeigt Sonderausstattung gegen Mehrpreis.

„SENSATIONELLER STASI-FUND“

Stellen wir uns folgendes Szenario vor: In alten KGB-Akten wurde ein Abhörprotokoll der Stasi gefunden über ein Treffen mehrerer Mitglieder aus linksextremen K- Gruppen und radikalen Vereinigungen im Sommer 1979 in Kassel. Das Protokoll wurde unverzüglich nach seiner Entstehung Erich Honecker vorgelegt.
Hier einige Auszüge:
„An dem Treffen nahmen teil: Für den KB (Kommunistischer Bund) Jürgen Trittin, für den KBW(Kommunistischer Bund Westdeutschlands) Reinhard Bütikofer, für die Frankfurter revolutionäre Szene Joschka Fischer und Daniel Cohn-Bendit, für die Berliner Alternative Liste Renate Künast, für die Jungdemokraten Claudia Roth.

Jürgen Trittin erklärt zu Beginn, dass die Massen der revolutionären Elite nicht folgen wollen. Deshalb müsse man sich zusammenfinden und eine neue Strategie fahren. Er schlägt vor, in die sich bildende ökologische Bewegung der Grünen einzutreten und sie politisch zu infiltrieren. Wertkonservative wie Gruhl müssten dabei ausgegrenzt werden. Mit den Themen Umwelt und Nachrüstung werde man zuerst die sog. Gutmenschen einfangen und die Partei in die Parlamente bekommen. Erst regierungsfähig müsse man sich verstellen und soweit anpassen, dass auch bürgerliche Elemente die neue Bewegung unterstützen werden.

Über den ökologischen Umbau der Gesellschaft werde diese langsam an Planwirtschaft und Dirigismus gewöhnt. *(Zwischenruf Renate Künast: „Dann führen wir den Eintopfsonntag wieder ein und nennen ihn Veggie-Day!“)*

Jürgen Presser ist stellv. Bundesvorsitzender der MIT

Schließlich werde man durch radikale Steuererhöhungen und die Zerstörung der starken Währung wieder die Bereitschaft der Massen herbeiführen, einen revolutionären Weg auf dem Boden des Grundgesetzes zu gehen. Dazu werde man leider mit der abgewirtschafteten SPD ein Zweckbündnis eingehen müssen.

(Zwischenruf Cohn -Bendit: „Das reaktionäre Bürgertum wird sich noch wundern, was alles mit Hilfe der Verfassung zu machen ist !“)
Trittin fordert auf, diesen Weg zur Übernahme Deutschlands gemeinsam zu bestreiten.
Unter großem Beifall, dem Absingen der Internationale und Trinksprüchen auf Mao Tse Tung endete das Treffen. Es wurde Vertraulichkeit vereinbart.“
Unter dem Stasi Protokoll erkennt man in grüner Tinte die Handschrift Erich Honeckers: „k. g. EH , weiter wohlwollend beobachten und Friedensbewegung in BRD massiv unterstützen.”

Anmerkung des Autors: Dieses Protokoll ist natürlich frei erfunden. Das Treffen fand nie statt. Die Namen und die politische Zuordnung jedoch sind real (Quelle Wikipedia).
Wer über Koalitionen mit diesen Politikern spekuliert, sollte sich nicht nur die Vergangenheit der Genannten anschauen, sondern auch reflektieren, wie weit sie auf dem im fiktiven Protokoll beschriebenen Weg schon gekommen sind. Zudem ist die kommende Bundestagswahl die letzte Chance für Trittin und Co, an die Macht zu kommen. Die Wähler haben es am 22. September in der Hand.

NOCH KEIN SPENDER?

Werden Sie einer!

Ihr Engagement für den Deutschen Gehörlosen-Bund hilft den gehörlosen Menschen!

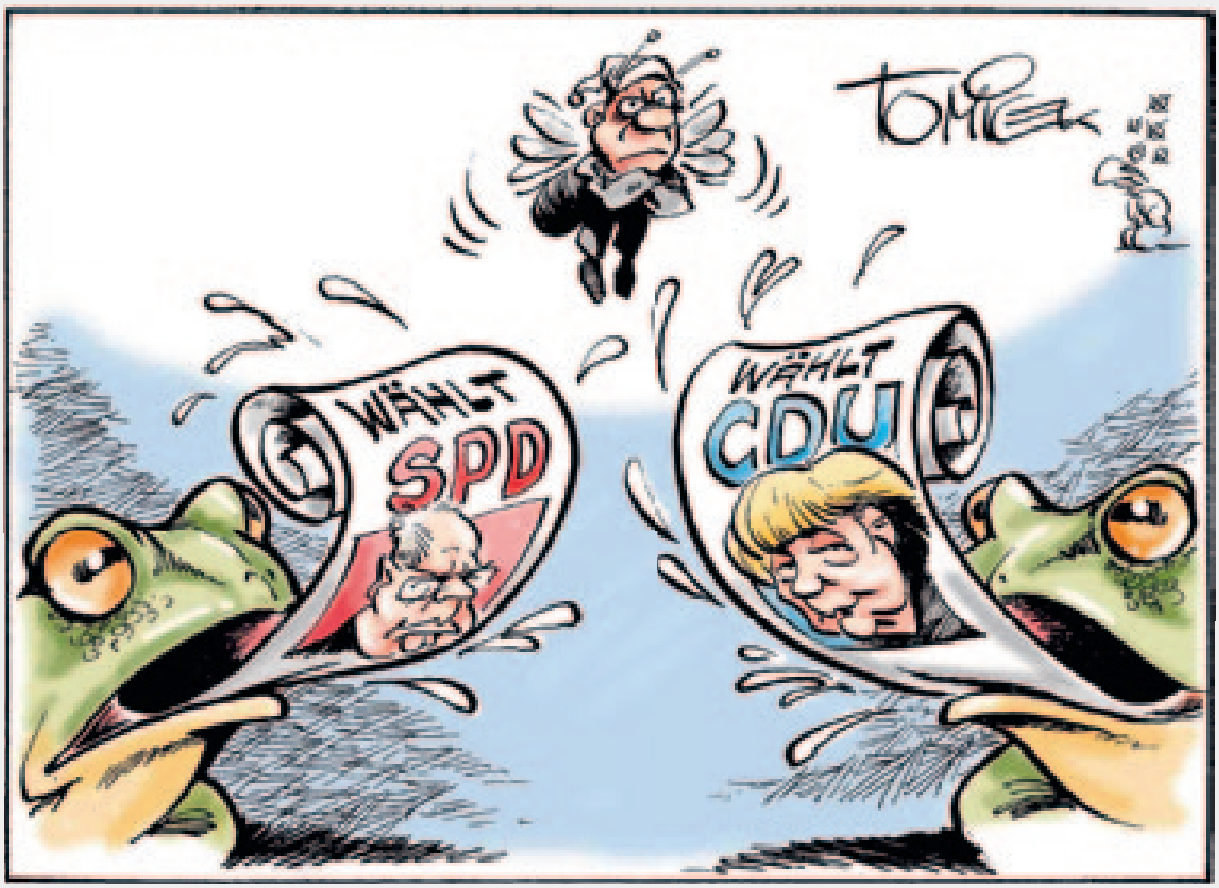
Der Deutsche Gehörlosen-Bund e.V. plant innovative Projekte und ist auf finanzielle Unterstützung angewiesen:

Deutscher Gehörlosen-Bund e.V.
Bank für Sozialwirtschaft
Konto-Nr.: 74 70 404
BLZ: 100 205 00
Online spenden:
www.kurzlink.de/DGB-Spenden

www.gehoerlosen-bund.de
info@gehoerlosen-bund.de

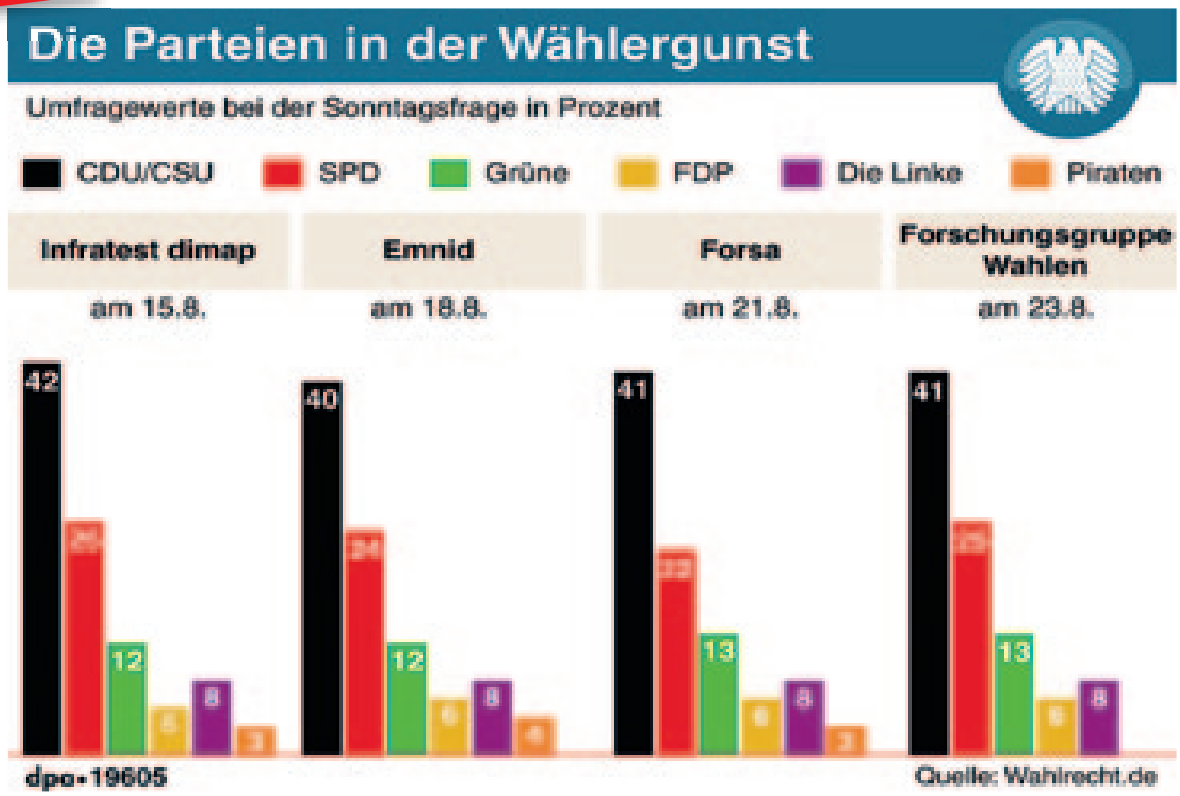
Wir freuen uns über Ihre Spende!

DEUTSCHER GEHÖRLOSEN-BUND e.V.



KLEBRIGE ZEITEN

WAHLEN 2013



Keine Macht den Oberlehrern und Steuerfetischisten

Foto: dpa picture alliance

Grüner Oberlehrer gerät ins Schwimmen: Jürgen Trittin kenterte in der Werra

Nichts ist entschieden, gar nichts. Die demoskopische Anzeige für die Bundestagswahl am 22. September steht nach wie vor auf Patt. Mit je rund 45 % der Stimmen stehen sich die Blöcke von CDU und FDP auf der einen und von SPD, Grünen und Linken auf der anderen Seite gegenüber. Bei einer Fehlertoleranz von drei Prozentpunkten kann es am Wahlabend sowohl eine Fortsetzung der schwarz-gelben Regierung unter Angela Merkel als auch eine von den Linken geduldete Minderheitenregierung von SPD und Grünen geben. An dieser Ausgangslage wird sich auch in den letzten drei Wochen nicht viel ändern.

Abseits aller Wahlarithmetik steht für alle Menschen, die sich der Mittelschicht in Deutschland zugehörig fühlen, eine Menge auf dem Spiel. Viel haben wir darüber in den letzten Wochen lesen können, manche Vorschläge der Linksparteien klingen abstrus, andere lächerlich oder wirklichkeitsfremd.

Nun sind die grünen OberlehrerInnen (!), die Besserwisser und -verdiener, wieder unterwegs. Sie wollen

- uns einen fleischfreien Veggie-Day aufzwingen
- dass wir beim Zähneputzen Trinkwasser sparen
- uns die 1. Klasse in der Bahn verbieten
- ein Heizpilz-, Nachtflug-, Rauch- und Limonadenverbot
- Schwarzfahren nicht mehr als Straftat verfolgen
- das Wahlalter auf 16 absenken
- das Bankgeheimnis teilweise abschaffen
- uns im Winter die Erdbeeren und im Sommer die Mandarinen verbieten.

Verbote und Gebote, wohin man schaut. Ist es wirklich Aufgabe einer politischen Partei, soweit in die Lebensgestaltung der Bürger einzugreifen und sich anzumaßen, was gut und was schlecht für uns ist? Ich meine – nein! Zumal wir vieles davon schon lange und freiwillig machen. Dazu brauchen wir weder Trittin noch Roth, weder Gysi noch Steinbrück. Auch die Programmatik der Union ist nicht ganz frei vom Irrglauben an die Allmacht des Staates und die Gestaltungskraft der Politik. Die Unfähigkeit, die Bürokratie zurückzudrängen und beispielsweise eine vernünftige Steuerreform (inklusive Mehrwertsteuer) auf den Weg zu bringen, spricht für sich.

Wir wollen ihn einfach nicht, den stetig wuchernden Überstaat, der Chancengerechtigkeit durch Chancengleichheit ersetzt und uns dabei jeglichen Anreiz zu Leistung und Erfolg nimmt. Im Wahlprogramm der Grünen ist von „gleicher Anerkennung, gleicher Sicherheit und gleichen Chancen“ die Rede. Die SPD stellt das „WIR“ in den Vordergrund – eine persönlichkeitsfeindliche Einstellung. Von den SED-Nachfolgern, die in der Partei „Die Linke“ eine neue Heimstatt gefunden haben, ganz zu schweigen. Sie halten ihre Folterwerkzeuge, mit denen sie unsere Leistungsgesellschaft knechten wollen, noch unter Verschluss, um sich unauffälliger als Trittbrettfahrer einer Koalition aus SPD und Grünen andienen zu können.

Gründe genug, am 22. September und eine Woche zuvor in Bayern zur Wahl zu gehen und keine Stimme zu verschenken. Wenn die bürgerliche Mitte und Mehrheit in diesem Land sich den Pflichten der repräsentativen Demokratie entzieht, könnte es ein böses Erwachen geben. Im Volksmund heißt es „Der Klügere gibt nach.“ Auf die Politik bezogen klingt diese Lebensweisheit ein wenig anders, denn wenn die Klügeren immer nachgeben, regieren am Ende die Dummen…

Günter F. Kohl ist Chefredakteur und Verleger des MittelstandsMagazins

POLITIK

3 Editorial
Jürgen Presser, stellv. MIT-Bundesvorsitzender, entwirft ein nicht ganz ernst gemeintes Szenario für die Zeit nach dem 22. September

4 Unsere Seite-4-Karikatur
und Informationen zur Wahl

5 Meinung
MIT-Magazin Chefredakteur Günter F. Kohl: Ansichten eines Wählers

8 Richtungswahl am 22. September
SPD, Grüne und Linke wollen die Steuern spürbar erhöhen und damit vor allem dem Mittelstand die Luft abdrehen. Demoskopisch ist das Rennen vier Wochen vor dem Wahltag noch relativ offen

10 Steinbrücks Irrungen in der Steuerpolitik
Steuern erhöhen, Steuern senken und die Kavallerie losschicken – Steinbrücks Steuerkonzept ist voller Widersprüche. Er drückt sich vor klaren Aussagen

UNTERNEHMEN

14 Gewerbemietverträge
Mietverträge für gewerblich genutzte Räume haben andere Rechtsgrundlagen als solche für Wohnraum. Wir sagen Ihnen, was Sie beachten sollten

16 Gehörlose Arbeitnehmer
„Gehörlose“, so sagen die Betroffenen über sich selbst, „können alles außer hören.“ Was Arbeitgeber wissen sollten für die Einstellung gehörloser Mitarbeiter

17 Wirtschaftsjunioren
1.000 Chancen bieten die Wirtschaftsjunioren Deutschland jungen Menschen aus schwierigen sozialen Verhältnissen

18 Der Länderverein EMA
EMA unterstützt KMU bei der Geschäfts- und Projektentwicklung im Nahen Osten und in Nordafrika

20 KMU tun sich schwer bei Social Media
Viele mittelständische Unternehmen haben ein Problem mit ihrem Zugang und der Nutzung der Social Media-Angebote im Internet
Außerdem: De-Mail als Briefersatz

22 Drei Wege zum Erfolgskonzept
Ohne Werbung keine Nachfrage: Anbieter, die man nicht kennt, kann man auch nicht fragen. Kundenansprache in Theorie und Praxis

SERVICE

28 AUTO-TEST
Autos für Mittelständler: Heute der neue Range Rover und der Jaguar XF Sportbrake

30 Recht im Gespräch

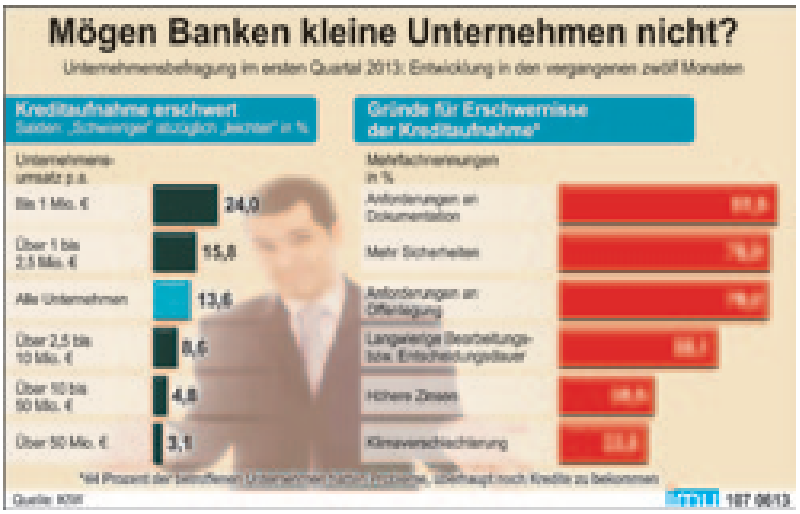
MIT-/ MU-INSIDE

32 Vorsitzenden-Kür
Wir stellen unseren Lesern die drei Kandidaten für den MIT-Bundesvorsitz vor, die bisher ihren Hut in den Ring geworfen haben

37 Namen sind Nachrichten

38 Baustelle Berlin
Hier schreibt MIT-Hauptgeschäftsführer Hans-Dieter Lehnen

38 Impressum



Beilagenhinweis
Wir möchten unsere Leser auf die folgenden Beihefter und Beilagen hinweisen: Hauffe/ Lexware (Gesamtauflage), Fa. Büromöbel Schultz (Gesamtauflage), Fa. Walbusch (Postauflage), Fa. Antaris Solar (Teilauflage)

Der Mazda CX-5.

Sparen Und Vergnügen.

4,6 l/100 km[1)]
380 Nm Drehmoment Motorleistung
14:1 Verdichtungsverhältnis
Automatikgetriebe
Chassis i-stop
Leichtbau
110 kW (150 PS) Leistung Fahrspaß
119 g CO_2/km[1)]

Sieger in der Importwertung SUV[4)]

MAZDA CX-5

Finanz-Leasing schon ab € **229**[2)]
Barpreis bereits ab € **17.265**[3)]

mazda

zoom-zoom

MAZDA FLEET. QUALITÄT ERLEBEN. EFFIZIENZ ERFAHREN.

Vermissen Sie bei vielen Geschäftswagen den Fahrspaß? Wollen Sie am liebsten Leistung und Leidenschaft, die sich rechnet? Dann sollten Sie den Mazda CX-5 ausprobieren. Dank des KODO-Designs sieht dieser Kompakt-SUV nicht nur nach purer Freude aus – die revolutionäre SKYACTIV Technologie, niedrige Verbrauchswerte und attraktive Konditionen garantieren sie auch. Auf Wunsch auch als Diesel Automatik verfügbar. Am besten informieren Sie sich gleich unter www.mazda-fleet.de über unsere Angebote für Firmenkunden.

1) Kraftstoffverbrauch im kombinierten Testzyklus: 6,6 – 4,6 l/100 km; CO_2-Emissionen im kombinierten Testzyklus: 155 – 119 g/km.

2) Ein gewerbliches Leasingangebot der Mazda Finance – einem Service-Center der Santander Consumer Bank AG, Santander-Platz 1, 41064 Mönchengladbach – bei NULL Leasing mit € 0 Sonderzahlung, 36 Monaten Laufzeit und 60.000 km Gesamtlaufleistung für einen Mazda CX-5 2.0 l SKYACTIV-G Benzin, 121 kW (165 PS), Prime-Line, Frontantrieb, 6-Gang-Schaltgetriebe. Nur bei teilnehmenden Mazda Vertragshändlern und verbindlicher Bestellung bis 30.09.2013. 3) Barpreis für einen Mazda CX-5 2.0 l SKYACTIV-G Benzin, 121 kW (165 PS), Prime-Line, Frontantrieb, 6-Gang-Schaltgetriebe. 4) Autoflotte 03/2013. Abbildung zeigt Fahrzeug mit höherwertiger Ausstattung. Alle Preise exkl. MwSt., zzgl. Überführung und Zulassung.

Eine Werbung der Mazda Motors (Deutschland) GmbH.

Fakten zur Bundestagswahl

Bundestagswahl am 22. September

ES WIRD SPANNEND

Eine kritische Analyse der Wahlprogramme zeigt, dass es erwartungsgemäß die meisten Übereinstimmungen zwischen der CDU/CSU und der FDP auf der einen Seite und der SPD und dem Bündnis 90/Die Grünen auf der anderen Seite gibt.

Union und FDP sind

- für die Beibehaltung des dualen Systems in der Krankenversicherung,
- gegen bundeseinheitliche, gesetzliche Mindestlöhne,
- gegen Steuererhöhungen,
- für den Abbau des sogenannten „Mittelstandsbauches" in der Steuerprogression,
- Zusätzlich will die Union die Rahmenbedingungen für Familien deutlich verbessern – was die FDP ablehnt.
- Zusätzlich will die FDP den Solidaritätszuschlag schrittweise abschaffen – was die Union ablehnt.

SPD und Bündnis 90/ Die Grünen sind

- für eine Bürgerversicherung,
- für einen gesetzlichen, flächendeckenden Mindestlohn von 8,50 €,
- für die Erhöhung des Spitzensteuersatzes,
- für eine deutliche Erhöhung der Erbschaftsteuer,
- für die Einführung einer Vermögensabgabe bzw. Vermögensteuer,
- für die Verbreiterung der Bemessungsgrundlage für die Gewerbesteuer und schließlich
- für die Abschaffung des Ehegattensplittings – die Grünen für alle – die SPD nur für zukünftige Ehen.

Die Linke unterscheidet sich so gravierend von SPD und Bündnis 90/Die Grünen, dass man sich kaum eine Koalition vorstellen kann. So fordern die Linken z. B.

- eine solidarische Mindestrente von 1.050,00 € netto, die Rücknahme der Rente ab 67 Jahren und einen abschlagsfreien Einstieg in die Rente ab dem 60. Lebensjahr,
- die Einführung eines flächendeckenden, gesetzlichen Mindestlohnes von 10,00 € bis zum Ende der Wahlperiode (bis 2017) auf 12,00 €,
- die Verringerung der Arbeitszeiten bei vollem Lohn- und Personalausgleich auf 6 Stunden täglich und 30 wöchentlich und schließlich
- die privatisierten Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen in nicht kommerzielle Trägerschaft zu überführen und die privaten Banken zu vergesellschaften.

Die Unterschiede zwischen der FDP auf der einen Seite und der SPD und dem Bündnis 90/Die Grünen auf der anderen Seite sind ebenfalls so groß, dass es auch schwer fällt, sich eine sogenannte „Ampelkoalition" (SPD, Grüne, FDP) vorzustellen.

Auch zwischen der Union und Bündnis 90/Die Grünen sind die programmatischen Unterschiede in den vorgelegten Programmen so groß, dass eine Koalition selbst, wenn rechnerisch möglich, kaum realistisch erscheint. Nach dem jetzigen Stand der Meinungsumfragen ist nicht damit zu rechnen, dass eine sechste Partei den Sprung in den Deutschen Bundestag schafft.

Die Piraten setzen sich für die Einführung eines bedingungslosen Grundeinkommens ein, das die Ziele des Rechts auf sichere Existenz und gesellschaftliche Teilhabe erfüllt. Sollten die Piraten überraschenderweise in den Bundestag kommen, wofür zurzeit nichts spricht, sehe ich keinen Koalitionspartner.
Das Gleiche gilt für die Alternative für Deutschland (AfD). Deren Wahlprogramm umfasst lediglich drei Seiten. Im Mittelpunkt steht dabei die Währungs- und Europapolitik. Dazu heißt es wörtlich: „Wir fordern eine geordnete Auflösung des Euro-Währungsgebietes. Deutschland braucht den Euro nicht ... Wir fordern die Wiedereinführung nationaler Währungen," usw. Da alle im Bundestag vertretenen Parteien im Grundsatz den Euro befürworten, dürfte schon an dieser Frage jede Zusammenarbeit mit einer anderen Partei im Bundestag scheitern.
Da die Linke aufgrund ihrer nach wie vor relativ starken Position in den neuen Bundes-

ländern mit etwa sieben Prozent sicher in den Bundestag einziehen wird, benötigen CDU/CSU und FDP zusammen mindestens sieben Prozent mehr Stimmen als SPD und Grüne, um weiter regieren zu können.

Nach dem jetzigen Stand der Meinungsumfragen haben CDU/CSU und FDP zusammen ca. 46 Prozent der Stimmen (41 Prozent CDU und 5 Prozent FDP). Die letzten Landtagswahlen haben gezeigt, dass letztlich die FDP besser abschneidet als in den Umfragen und die Union schlechter, weil die Wähler, die mit ihrer Erststimme die Union wählen und mit ihrer Zweitstimme die FDP, bei Befragungen sich als CDU-Wähler bezeichnen.

An dem gemeinsamen Ergebnis dürfte dies aber nur wenig ändern, weil der Zuwachs für die FDP, so war es auch bei den letzten beiden Landtagswahlen, zu Lasten der Union geht.

Rein rechnerisch hätte natürlich eine schwarz-rote Regierung (große Koalition) eine komfortable Mehrheit (voraussichtlich 2/3 der Abgeordneten) und Schwarz-Grün zumindest eine Mehrheit. Die beiden rechnerischen Mehrheiten – SPD/Grüne und Linke und SPD/Grüne und FDP – erscheinen wegen der programmatischen Unterschiede unrealistisch. Vor diesem Hintergrund erscheint nach wie vor eine große Koalition die wahrscheinlichste Regierung nach den Bundestagswahlen, falls es Schwarz-Gelb nicht wieder schaffen sollte.

Als zweitwahrscheinlichster Fall erscheint mir eine Fortsetzung der schwarz-gelben Regierung, wohl wissend, dass diese erhebliche Schwierigkeiten hätte, gegen eine absolute Mehrheit, die unter Umständen durch einen Regierungswechsel in Hessen nach den Hessischen Landtagswahlen, die am Tage der Bundestagswahl stattfinden, noch größer werden könnte, zu regieren. Zurzeit erscheint eine rot-grüne Bundesregierung eher unwahrscheinlich.

Wie allerdings das politische Meinungsbild am 22.09.2013 aussieht, vermag heute niemand mit Sicherheit zu sagen. In den kommenden Wochen kann noch sehr viel passieren und die Meinungsbildung in die eine oder andere Richtung deutlich verändern. Der Wahlkampf bleibt interessant, das Wahlergebnis birgt unter Umständen Überraschungen, und die dann folgenden Koalitionsverhandlungen dürften so oder so spannend werden.

Otto Bernhardt

SPD, Grüne und Linke wollen Steuererhöhungen

Viele der steuer- und sozialpolitischen Wahlversprechen sind Gift für Wachstum und Beschäftigung in Deutschland. Zu diesem Ergebnis kommt eine Analyse des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW), in der die Wahlprogramme der fünf aktuellen Bundestagsparteien unter die Lupe genommen wurden.

Obwohl Steuer- und Beitragsquellen sprudeln, planen die meisten Parteien, die Bürger und Unternehmen mit weiteren Abgaben finanziell zu belasten. IW-Direktor Prof. Michael Hüther: „Aus ökonomischer Perspektive sind die Wahlprogramme mal ein mehr, mal ein weniger großes Desaster: Die einen verschenken Arbeitsplätze, die anderen gefährden Arbeitsplätze.“ So will die CDU/CSU zwar das Problem der kalten Progression angehen. Die geplanten Mütter- und Lebensleistungsrenten führen aber unter dem Strich zu Mehrbelastungen von rund 12 Milliarden Euro. Das verhindert bis zu 100.000 neue Jobs.

Die Oppositionsparteien wollen den Steuer- und Beitragszahlern allerdings erheblich mehr zumuten. Ob höherer Spitzensteuersatz, Vermögensteuer oder Solidar- und Garantierente – die Pläne von Bündnis 90/Die Grünen und SPD verursachen per saldo jährlich jeweils Mehrbelastungen von knapp 60 Milliarden Euro. Dadurch drohen mittelfristig bis zu 300.000 Jobs weniger zu entstehen. Dabei sind die zu erwartenden negativen Investitionsanreize infolge einer Vermögensteuer und deren beschäftigungsfeindliche Wirkung noch gar nicht eingerechnet.

Die höchste Mehrbelastung für die Bürger und den Staatshaushalt ergibt sich indes aus den Plänen der Partei DIE LINKE mit rund 160 Milliarden Euro pro Jahr. Ausschlaggebend sind dafür vor allem die Steuerpläne sowie die Rücknahme aller bisherigen Rentenreformen. Das Programm der Liberalen birgt im Vergleich zu den anderen Parteien die geringsten Risiken. Allerdings bleibt die FDP manche Konkretisierung schuldig.

Foto: Pitopia

Steinbrücks Credo in der Steuerpolitik lautet, die SPD werde einige Steuern für einige erhöhen. Aber wer sind einige? Und wer sind einige nicht?

PEER STEINBRÜCK und die IRRUNGEN der SPD in der STEUERPOLITIK

Mal will er die Steuern erhöhen, mal will er sie senken, zum Beispiel die Stromsteuer, dann droht er Steuersündern und Vielverdienern wieder mit der Kavallerie und sagt dem Missbrauch von Minijobs, Leiharbeit und Werksverträgen den Kampf an. Peer Steinbrück, der SPD-Kanzlerkandidat, ist zum Schluss des Wahlkampfes auf Zick-Zack-Tour und gefährdet mit seinen Plänen die erreichten Erfolge in Deutschland.

Das Programm der SPD, erst recht das von Grünen und Linken, ist eine Bedrohung für den Mittelstand, für seine Beschäftigten und für Familien in Deutschland. Allein die Zusatzbelastungen im Steuer- und Sozialbereich würden sich im Laufe der nächsten 15 Jahre jedes Jahr bis auf weit über 100 Milliarden Euro summieren. Dies wäre eine schwere finanzielle Last für Wirtschaft, Mittelstand und die Beschäftigten.

Standort Deutschland gefährdet

Die SPD verkennt, dass nicht steuerliche Abzocke, sondern gute Rahmenbedingungen für die wirtschaftliche Entwicklung zu fairen Chancen für die Menschen führen. Die SPD will das Firmenvermögen mit einer höheren Erbschaftsteuer und der Einführung der Vermögensteuer massiv belasten. Damit gefährdet sie Unternehmen, vor allem weil deren Arbeit an einem Hochpreisstandort wie Deutschland in der Regel teure Produktionsstätten erfordert und die Unternehmen daher über entsprechend hohe Firmenvermögen verfügen. Durch die massive Belastung dieser Substanz wird ihnen die Möglichkeit genommen, in Innovationen, neue Arbeitsplätze oder Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter zu investieren.

- Nach Berechnungen des angesehenen Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) führen allein die bekannten Pläne für den Mittelstand zu einer Erhöhung der Steuerlast um bis zu 15 Prozent. In einem mittelgroßen Unternehmen mit knapp 200.000 Euro Jahresüberschuss würde demnach die Steuerlast über zehn Jahre inklusive Zinseffekt für Unternehmen und Anteilseigner zusammen von heute knapp 1,8 Millionen Euro auf über 2 Millionen Euro ansteigen.
- Ein Handwerker mit einem jährlichen Gewinn von 50.000 Euro, dessen Betrieb einen Wert von 720.000 Euro hat, müsste einer Studie des DIW zufolge jedes Jahr zusätzlich 3.600 Euro Steuern zahlen. Bei einer mittelständischen Personengesellschaft mit 200 Arbeitnehmern, 40 Millionen Euro Umsatz und zwei Millionen Euro Gewinn würde die Steuerlast von aktuell 47,5 Prozent auf mehr als 60 Prozent des Gewinns steigen, rechnet der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) vor.
- Peer Steinbrück ist um Verschleierung bemüht. Er selbst und die SPD wollen vor der Wahl nicht so richtig zugeben, welche Attacke gegen Mittelstand und Arbeitsplätze sie im Schilde führen. So schiebt man die Verantwortung für künftiges politisches Handeln an das Bundesverfassungsgericht ab. Das will aber erst im Herbst über diese wichtige Frage entscheiden. Seine Ankündigung, das Betriebsvermögen bei der Vermögensteuer schonen zu wollen, hat Steinbrück auch selbst angezweifelt. In einem Spiegel-Interview vom 31. Januar 2011 kommentiert er den Fakt, dass die SPD die Vermögensteuer wieder einführen wolle, wie folgt: „*Wenn damit nur das Privatvermögen gemeint wäre, hätte ich damit kein Problem. Die Frage ist aber, wie halten wir es mit dem Firmenvermögen. Wenn wir es voll besteuern, schwächen wir den Mittelstand. Klammern wir es aus, schaffen wir viele Umgehungsmöglichkeiten nach dem Motto: Der Picasso hängt bei mir nicht mehr im Wohnzimmer sondern im Besucherzimmer meines Betriebs.*“
- Die SPD will auch den Spitzensteuersatz in der Einkommensteuer von 42 auf 49 Prozent anheben. Die Sozialdemokraten behaupten, dass sie ab einem Einkommen von 100.000 Euro pro Jahr für Alleinstehende zusätzlich abkassieren wollen. Wahr ist aber, dass diese Erhöhung auch Betriebe betrifft, die als Personengesellschaften organisiert sind. Sie wären also genauso betroffen.
- Schon deutlich niedrigere Einkommen wären durch die Verschiebung des Steuertarifs betroffen. Mit Zusatzbelastungen muss rechnen, wer mehr als 64.000 Euro jährlich verdient. Der Steuerzahlerbund rechnet mit Belastungen von bis zu sechs Milliarden Euro. Das möchte Steinbrück aber nicht

zugeben. Deshalb antwortet er auf die Frage, wen genau die Steuererhöhungen treffen werden: „Das erzähle ich Ihnen, wenn ich in Amt und Würden bin.“ (Tagesspiegel Online, 14.03.2013).

▶ Der SPD und Peer Steinbrück reichen diesen Zusatzbelastungen aber noch nicht aus. Deshalb soll die Abgeltungsteuer, d. h. die Besteuerung von Kapitaleinkünften, wie etwa Zinsen aus einem Sparbuch, auf 32 Prozent erhöht werden. Dies würde nicht nur Wohlhabende treffen, sondern alle Sparer.

▶ Das bewährte Ehegattensplitting will man zusammenstreichen und damit junge Ehen zusätzlich belasten. Ein Ehepaar müsste nach den Vorstellungen der SPD bei Abschaffung des Ehegattensplittings bei einem Einkommen von 50.000 Euro künftig bis zu 13.500 Euro an Steuern zahlen müssen. Das wären 56 Prozent mehr als bisher.

Hinzu kommen viele „Programme“, „Pakte“ und Vorhaben, für die die SPD die Kosten nicht nennt. Steinbrück will vor der Bundestagswahl nicht mit der Wahrheit herausrücken, weil ihm bewusst ist, dass seine Steuerpläne zu massiven Belastungen für den Mittelstand und viele Arbeitnehmer führen werden. Er will die Mittelschicht zur Kasse bitten und streut den Wählern bewusst Sand in die Augen, indem er seine wahren Absichten verschleiert. Die Süddeutsche Zeitung kommentierte treffend: „Steinbrücks Credo in der Steuerpolitik lautet, die SPD werde einige Steuern für einige erhöhen. [...] Aber wer sind einige? Und wer sind einige nicht?“ (Süddeutsche Zeitung, 12.03.2013)

G. K.

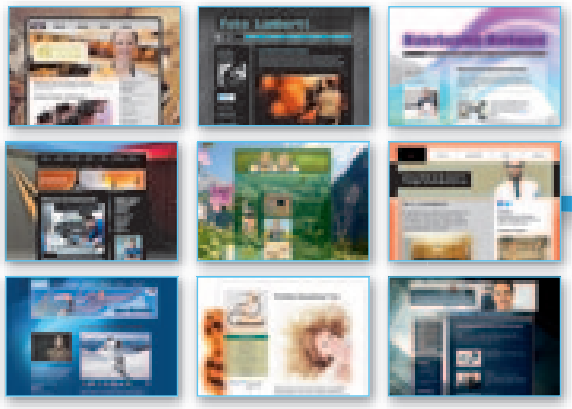
Weil Sie später keinem auf der Tasche liegen wollen. Die Pflege-Zusatzversicherung.

Wenn im Pflegefall Kosten von mehreren Tausend Euro im Monat zusammenkommen, reicht die gesetzliche Pflegeversicherung nicht aus. Letztlich müssen unsere Kinder für unsere Pflege aufkommen. Gut, dass der Staat jetzt die zusätzliche private Pflegevorsorge fördert. Sie hilft Jung und Alt. Erfahren Sie mehr unter **www.pkv.de**

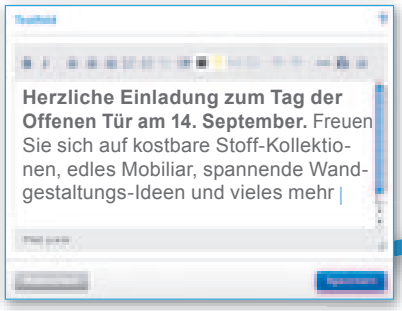
PKV
Verband der Privaten Krankenversicherung

1&1 DO-IT-YOUR

Der professionelle Internet-Auftritt zum Selbermachen. Für Firmen und Freiberufler!



Homepage leicht selbst erstellen: Hunderte attraktive Designs zur Auswahl. Mit Text- und Bildvorschlägen für mehr als 200 Branchen.



Jederzeit online ändern: Texte einfach überschreiben oder einkopieren. Bilder blitzschnell einladen. Farben und Design ändern – alles mit wenigen Mausklicks.

1&1 Web Apps per Mausklick integrieren: Kleine Programme, die Ihrer Homepage noch mehr Funktionen bieten.

Internet made in Germany

* 1&1 Do-It-Yourself Homepage 30 Tage testen mit 100 % Geld-zurück-Garantie. Kündigung im Testzeitraum jederzeit möglich. Danach z. B. 1&1 Basic-Paket 9,99 €/Monat (11,89 €/Monat inkl. MwSt.). 12 Monate Mindestvertragslaufzeit. Keine Bereitstellungsgebühr. 1&1 Internet AG, Elgendorfer Str. 57, 56410 Montabaur

SELF HOMEPAGE

Auch mobil präsent:
Automatisch für Smartphone-Darstellung optimiert.

Viele Besucher:
Gute Platzierung in Suchmaschinen durch professionelle Suchmaschinen-Optimierung (SEO). Und einfache Verlinkung mit anderen Websites wie Facebook, Twitter oder YouTube...

Gefällt mir

Tweet

Inklusive Internet-Adresse.
Neue Internet-Adresse wählen oder vorhandene Domain einfach umziehen.

JETZT 30 TAGE TESTEN!
Ab 9,99 €/Monat zzgl. MwSt.*

1&1

Jetzt informieren und bestellen:
0 26 02 / 96 91
0800 / 100 668

1und1.de

Foto: Rainer Sturm/ pixelio.de

Bei gewerblichen Mietverträgen ist die Vertragsgestaltung erheblich freier als im privaten Bereich

GEWERBEMIETVERTRÄGE
Das sollten Sie wissen

Die Geschäftsräume sind das Herzstück eines jeden Unternehmens. Häufig werden diese Räume gemietet. Allerdings unterscheiden sich gewerbliche Mietverträge erheblich von privaten. Wer nicht aufpasst, kann in teure Fallen tappen. Die Berliner Rechtsanwältin Beate Heilmann von der Kanzlei Heilmann & Kühnlein und Mitglied im Geschäftsführenden Ausschuss der Arbeitsgemeinschaft Mietrecht und Immobilien im Deutschen Anwaltverein erklärt die wichtigsten Regelungen.

„Bei gewerblichen Mietverträgen ist die Vertragsgestaltung erheblich freier als im privaten Bereich, da viele Schutzvorschriften für den Mieter nicht gelten", erklärt Beate Heilmann, Rechtsanwältin in der Berliner Kanzlei Heilmann & Kühnlein. Unternehmer sollten die Vertragsentwürfe vor der Unterschrift also gründlich prüfen lassen. „Man sollte darauf achten, dass es am Ende mindestens ein Dokument mit der Originalunterschrift beider Vertragspartner gibt", empfiehlt die Juristin. Fehlt dieses Dokument, wird der Vertrag nämlich automatisch zu einem unbefristeten Mietvertrag mit den entsprechenden Kündigungsmöglichkeiten. Das ist in der Praxis gar nicht so selten, weil die Vertragsentwürfe oft per Fax oder Mail hin und her geschickt werden.

Kündigungsfristen

„Ist in unbefristeten Verträgen nicht ausdrücklich etwas anderes geregelt, kann spätestens am dritten Werktag eines Quartals zum Ende des darauf folgenden Quartals gekündigt werden", erklärt die Mietrechtsexpertin, die Mitglied im Geschäftsführenden Ausschuss der Arbeitsgemeinschaft Mietrecht und Immobilien im Deutschen Anwaltverein ist. Eine Kündigung zum 31. Dezember muss also spätestens am 3. Juli ausgesprochen werden. Praktisch haben beide Seiten dadurch eine Kündigungsfrist von einem knappen halben Jahr.

„Befristete Mietverträge dagegen können normalerweise nicht vorzeitig gekündigt werden", so die Juristin. Der Vertrag läuft also auch dann unverändert weiter, wenn die Räume im Laufe der Zeit zu groß oder zu klein werden oder wenn man die Miete nicht mehr aufbringen kann. „Bei

finanziellen Engpässen kann ich nur dringend raten, umgehend das Gespräch mit dem Vermieter zu suchen", empfiehlt Heilmann. Wer dagegen einfach die Miete nicht überweist, um eine Kündigung zu erzwingen, zahlt am Ende drauf. „In diesem Fall hat der Vermieter weiterhin Anspruch auf die volle Miete, außerdem macht man sich schadensersatzpflichtig", so die Juristin. Dadurch wird es insgesamt meist deutlich teurer als bei korrekter Vertragserfüllung.

Mieterhöhungen

Ein Punkt, der häufig zu Diskussionen führt, ist das Thema Mieterhöhungen. Im privaten Bereich sind diese bekanntlich relativ streng geregelt, im gewerblichen Bereich dagegen herrscht weitestgehende Vertragsfreiheit. „Mieterhöhungen müssen grundsätzlich ausdrücklich vereinbart werden, ansonsten bleibt die Miete ist zum Ende der Vertragslaufzeit unverändert", erklärt die Expertin. Weit verbreitet sind dazu zwei Regelungen, nämlich Staffelmietverträge und Indexregelungen.

Bei Staffelmietverträgen erhöht sich die Miete jedes Jahr um einen vereinbarten Prozentsatz, beispielsweise vier Prozent. Der Vorteil solcher Regelungen ist die Planbarkeit der Mietzahlungen. Bei stagnierenden oder sogar rückläufigen Gewerbemieten sind Staffelmietverträge allerdings ungünstig, weil die eigene Miete trotzdem ständig steigt. „Man sollte nur angemessene Steigerungen akzeptieren, da man keine Handhabe hat, um einen unvorteilhaften Vertrag im Nachhinein anzufechten", erklärt die Juristin.

Foto: Andreas Burkhardt

Beate Heilmann

Bei Indexregelungen dagegen wird die Miete an einen bestimmten Index, üblicherweise die Entwicklung der Lebenshaltungskosten gekoppelt. Das ist in Zeiten niedriger Inflation meist günstiger als ein Staffelmietvertrag, bei galoppierenden Preisen dagegen ungünstiger. Außerdem kann der Unternehmer schlechter planen, weil die Kostenentwicklung ja nicht vorhersehbar ist.

Betriebskosten

Ein weiteres häufiges Streitthema ist die Abrechnung der Betriebskosten: „Die Vorschriften der Betriebskostenverordnung greifen im gewerblichen Bereich nicht. Deshalb versuchen Vermieter häufig, die Betriebskosten so weit wie irgend möglich auf die Mieter umzulegen", erklärt Heilmann. Auch hier gilt, dass man zahlen muss, wenn die Umlage der Kosten vertraglich vereinbart ist. Man sollte diesen Punkt also vor der Unterschrift genau prüfen.

Mietminderung

Ist das Mietobjekt nicht in Ordnung, funktionieren beispielsweise die Heizung oder das Warmwasser nicht, kann man die Miete mindern. „Ist nichts anderes ausdrücklich vereinbart, gelten dieselben gesetzlichen Regelungen wie im privaten Bereich. Allerdings werden bei Gewerbemietverträgen häufig abweichende Regelungen getroffen, die im Normalfall auch wirksam sind", sagt die Juristin. Bevor man also wutschnaubend die Miete kürzt, sollte man in den Vertrag schauen. Nicht selten muss man dem Vermieter beispielsweise erst einmal die Gelegenheit zur Reparatur des Schadens geben, bevor man mindern darf.

Man darf die Miete übrigens auch mindern, wenn der Vermieter für das Problem gar nicht verantwortlich ist, etwa bei Hochwasser oder einem Stromausfall. „Für Folgeschäden, beispielsweise zerstörte Computer oder durchweichte, unverkäufliche Waren haftet der Vermieter im Normalfall jedoch nicht", erläutert Heilmann. Hier hilft die Geschäftsinhaltsversicherung, die viele Unternehmer haben.

Modernisierungen

„Grundsätzlich hat der Mieter immer nur einen Anspruch darauf, dass das Objekt in dem Zustand bleibt, der beim Abschluss des Mietvertrages vorhanden war", erklärt Beate Heilmann. Der Unternehmer kann also nicht fordern, dass der Vermieter beispielsweise Internetanschlüsse nachrüstet, Toiletten modernisiert oder hässliche Bodenbeläge erneuert. Man muss folglich mit dem bestehenden Zustand leben oder solche Modernisierungen selbst finanzieren. „Selbstverständlich muss der Vermieter die Maßnahmen genehmigen. Auch wenn er zugestimmt hat, hat er beim Auszug einen Anspruch auf einen so genannten Rückbau, also die Wiederherstellung des ursprünglichen Zustands", so die Juristin. In vielen Gewerbemietverträgen wird außerdem der so genannte Wertausgleich ausdrücklich ausgeschlossen. Dann muss der Vermieter die eigentlich gesetzlich vorgeschriebenen Abstandszahlungen für die vom Unternehmen finanzierten Modernisierungen nicht leisten. Damit bekäme er am Ende möglicherweise eine top sanierte Immobilie zum Nulltarif. Beate Heilmann empfiehlt deshalb: „Unternehmer, die Modernisierungen selbst finanzieren, sollten sich mit der Genehmigung sowohl den Wertausgleich als auch den Verzicht auf den Rückbau ausdrücklich schriftlich bestätigen lassen."

Silke Becker

Wir können alles – außer hören!

Gehörlose wollen kein Mitleid, sondern Chancengleichheit und dies auch in der Arbeitswelt

„Wir können alles – außer hören!", das ist das Motto von 80.000 tauben Menschen in Deutschland. Dies trifft auch in der Arbeitswelt zu. Heutzutage ist die Beschränkung auf klassische Handwerksberufe, die Gehörlose früher erlernen konnten, wie „Schuster, Schneider, Schreiner" Geschichte. Hörbehinderte Menschen können heute (fast) jeden Beruf ergreifen, studieren und sich weiterqualifizieren. Sicher gibt es Einschränkungen, so ist eine Tätigkeit in einem Call Center nicht möglich, ansonsten arbeiten heute Gehörlose in jeder erdenklichen Branche.

Es gibt gehörlose Physiker, Anwälte, Professoren, Mediziner, die gerne als Erfolgsgeschichten hergenommen werden. Aber auch in kleinen und mittelständischen Unternehmen sind Gehörlose tätig, als CAD-Zeichner, Versicherungskaufleute, Laboranten etc. Damit die Verständigung mit hörenden Kollegen und dem Chef klappt, gibt es diverse Unterstützungsmöglichkeiten, die durch das SGB IX, und andere Gesetze geregelt sind. Hier bieten Integrationsämter und Integrationsfachdienste (IFD) umfassende Beratung an. Für Teamsitzungen, Weiterbildungen, Mitarbeitergespräche und Betriebsversammlungen können Gebärdensprachdolmetscher bestellt werden, die für eine reibungslose Kommunikation sorgen. Da die Deutsche Gebärdensprache (DGS) erst 2001 vom Gesetzgeber als eigenständige Sprache anerkannt wurde, gibt es leider immer noch viel zu wenige Gebärdensprachdolmetscher. Hier sollten Firmen Termine früh genug planen und über Dolmetschervermittlungsstellen, Berufsfachverbände von Gebärdensprachdolmetschern oder über direkte Kontakte Dolmetscher bestellen.

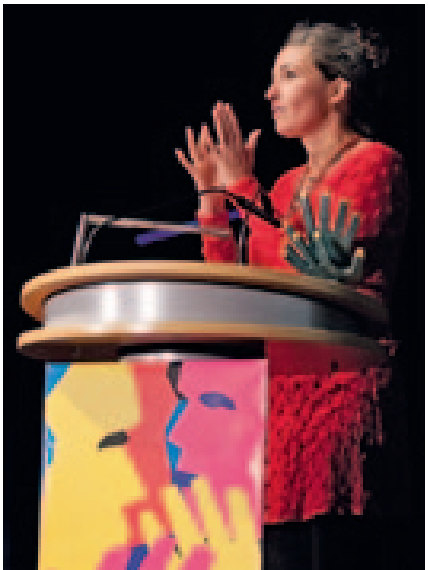
Dank moderner Technik per Mail und Chat können gehörlose Mitarbeiter mit ihren Kollegen Arbeitsabläufe und Nachfragen auf schriftlichem Wege klären, oder sie nutzen Telefonrelayservice wie TESS und Telesign (**www.tess-relay-dienste.de** und **www.telesign.de**/), wo Dolmetscher per Videotelefon Telefongespräche zwischen Gehörlosen und Hörenden im Berufs- und Alltagsleben dolmetschen. Auch gibt es die Möglichkeit, Arbeitsassistenz zu nutzen, für all die Dinge, die aufgrund des fehlenden Gehörs schwierig sind, wie telefonieren. So kann man auch mal schnell etwas zwischen „Tür und Angel" klären.

Die Kostenübernahme für Gebärdensprachdolmetscher, Arbeitsassistenz und Telefon-Relay-Service übernimmt nach Beantragung und Prüfung das zuständige Integrationsamt, Firmen müssen hier Zuzahlung leisten. Gehörlose Arbeitnehmer können sich sogar für eine Firma „lohnen".

Durch die Einstellung eines gehörlosen Mitarbeiters kann etwas für die Erfüllung der Schwerbehindertenquote von 5 Prozent für Unternehmen ab 20 Mitarbeiter getan und so die Zahlung von Ausgleichsabgabe verringert werden.

Wichtig ist es, gehörlose Mitarbeiter in Arbeitsprozesse mit einzubeziehen. Sicher, die Kommunikation mag erst einmal schwieriger erscheinen. Hier ist Kreativität und ein bisschen Mut auf beiden Seiten gefordert. Werden hier aber ein paar kleine Regeln unter Kollegen und Vorgesetzen beherzigt, dann klappt es reibungslos. Viele Schwierigkeiten basieren auf Missverständnissen, die sich ausräumen lassen. Gehörlose wollen kein Mitleid, sondern Chancengleichheit und dies auch in der Arbeitswelt.

Der Deutsche Gehörlosen-Bund e.V. als Interessenvertretung aller gehörlosen Menschen in Deutschland setzt sich daher im sozialpolitischen, kulturellen, aber eben auch beruflichen Bereich für Barrierefreiheit und Teilhabe ein. Die alltäglichen Probleme, mit denen Gehörlose konfrontiert werden, resultieren eher aus den Barrieren, die die hörende Gesellschaft (hauptsächlich in den Köpfen) aufgebaut hat. Auch im Arbeitsleben ist es eher die Scheu des hörenden Gegenübers mit einem Gehörlosen umzugehen, als das fehlende Gehör des Gehörlosen, was zu Problemen führt und leider auch dazu, dass viele Gehörlose in Deutschland arbeitssuchend sind.
Der Deutsche Gehörlosen-Bund e.V. hat auch etliche Projektideen für das Arbeitsleben für gehörlose Mitbürger im Repertoire und ist dankbar für Spenden für deren Realisierung.



Die deutschen Wirtschaftsjunioren bieten jungen Leuten aus einem problematischen sozialen Umfeld neue Chancen

1000 CHANCEN FÜR JUNGE MENSCHEN

Wirtschaftsjunioren Deutschland unterstützen benachteiligte Jugendliche

1000 jungen Menschen die Chance auf einen Einstieg ins Berufsleben zu bieten – das ist das Ziel, das sich die Wirtschaftsjunioren Deutschland mit ihrem Projekt „1000 Chancen" gesetzt haben. Die besondere Herausforderung dabei: die Jugendlichen, an die sich das Projekt richtet, haben bisher einen eher verschlungenen Weg hinter sich: sie haben die Schule oder frühere Ausbildungen abgebrochen, kommen aus einem schwierigen sozialen Umfeld, sprechen kaum oder nur wenig deutsch – oder gelten aus anderen Gründen als benachteiligt.

Entsprechend intensiv ist die Unterstützung, die die Jugendlichen von den jungen Unternehmern bekommen – und entsprechend hoch die Stundenzahl, die die Unternehmer einbringen – ehrenamtlich und in ihrer Freizeit. „Die Frage „warum macht Ihr das eigentlich?" ist deshalb wohl auch die, die wir im Zusammenhang mit diesem Projekt am häufigsten hören", berichtet Sándor Mohácsi, Bundesvorsitzender der Wirtschaftsjunioren Deutschland. „Die Antwort ist für uns sehr einfach: Natürlich leisten wir mit unserem Engagement langfristig einen Beitrag gegen den Fachkräftemangel und versuchen, Auszubildende für Unternehmen zu rekrutieren", erläutert er. „Aber in erster Linie geht es hier darum, dass wir unserer gesellschaftlichen Verantwortung als Unternehmer gerecht werden wollen." Für die Wirtschaftsjunioren gehört diese Einstellung zur Grundausstattung. „Mitglied in unserem Verband kann nur werden, wer sich in unsere ehrenamtlichen Aktivitäten einbringt."

Zwei Netzwerke, ein Ziel

Möglich geworden ist das Projekt durch eine Kooperation zwischen den Wirtschaftsjunioren, dem mit mehr als 10.000 Mitgliedern bundesweit größten Verband der jungen Wirtschaft, und dem Bundesfamilienministerium. Das Besondere daran ist, dass zwei Netzwerke miteinander verknüpft werden: Auf der einen Seite das der Wirtschaftsjunioren Deutschland, auf der anderen Seite das der Initiative Jugend stärken, in der das Bundesfamilienministerium Angebote für benachteiligte Jugendliche zusammengefasst hat. So ist es möglich, dass Sozialpädagogen und Unternehmer Hand in Hand arbeiten – und sich gemeinsam überlegen, welche Angebote für ihre Region und ihre Jugendlichen passen.

War ursprünglich nur gedacht, Jugendlichen einen ersten Eindruck davon zu geben, wie Wirtschaft funktioniert und welche Chancen sie ihnen bietet, übertreffen die Ergebnisse schon jetzt die Erwartungen. So haben bereits mehr als 800 Jugendliche eines der Angebote der Wirtschaftsjunioren angenommen. „Wir waren am Anfang sehr skeptisch – und jetzt hören wir von vielen Unternehmen, dass sie zum nächsten Ausbildungsjahr einen Jugendlichen einstellen, den sie über das Projekt kennengelernt haben", berichtet Mohácsi. Wie zum Beispiel der 23-jährige André, der nach einem Praktikum eine Ausbildung im Druckhaus Leupelt in der Nähe von Flensburg beginnen wird.

„Der hat uns einfach umgeworfen", erzählt Franziska Leupelt. Die 31-jährige Wirtschaftsjuniorin und Geschäftsführerin des Druckhauses hat über die kommunale Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaft Flensburg (bequa) Kontakt zu dem jungen Mann bekommen. „André kam bei Wind und Wetter mit dem Fahrrad, war morgens pünktlich da, passt gut ins Team und hat richtig Lust", berichtet sie. Auch aus seinen Lerndefiziten machte er keinen Hehl. „Für uns hier ist der Blick für die Farbe und für das, was getan werden muss, wichtiger als die Theorie", sagt Leupelt. „Und André steht an der Maschine, als ob er schon im zweiten Lehrjahr wäre." Da zählt auch die bisherige Vita des jungen Mannes nicht, der mit 15 die Schule geschmissen und dann drei Lehren angefangen und – zum Teil unverschuldet – abgebrochen hat.

Info: 1000Chancen@wjd.de

Der Länderverein EMA

Im Dienst der wirtschaftlichen Entwicklungszusammenarbeit

Der Länderverein EMA (www.ema-germany.org) hat sich seit seiner Gründung vor gerade einmal fünf Jahren fest als dynamischer Hauptakteur der wirtschaftlichen Zusammenarbeit zwischen Deutschland, Nordafrika und dem Nahen Osten, inklusive der Türkei, etabliert. Mit Hauptsitz in Hamburg agiert die EMA deutschlandweit und legt in ihrer Arbeit ganz besonderen Wert auf die Bedürfnisse von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) sowie auf nachhaltige Geschäfts- und Projektentwicklung auf Augenhöhe.

So konnte sich der Länderverein in kürzester Zeit mit seinem dynamischen Team und den renommierten Vorstandsmitgliedern, allen voran EMA-Präsidentin Adelheid Sailer Schuster, zugleich Präsidentin der Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbank in Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein, sowie SKH Hassan bin Talal, Prinz des Haschemitischen Königreichs Jordaniens, ein besonderes Renommee im Bereich der Nachhaltigkeit und der Unternehmerinnenförderung verschaffen.

Hilfe für KMU

Mit stetem Blick auf die nachhaltige Entwicklung adressiert die EMA auf ihren vielfältigen Fachforen und Delegationsreisen die relevanten Wirtschaftscluster der Region und wendet sich hierbei insbesondere den speziellen Interessen von KMU zu: Diesen bietet sich oftmals nicht die Möglichkeit, neue Märkte im Alleingang zu erschließen, und so schafft die EMA durch gezielten Zugang zu Kontakten wesentliche Unterstützung – sowohl für bereits in der Region tätige Unternehmen als auch für Neueinsteiger. Darüber hinaus und in dem Wissen, dass gute Kontakte nur die halbe Miete sind, bietet die EMA im Rahmen ihrer vielfältigen Aktivitäten auch Insider-Informationen zu den regionalen Schlüsselbranchen sowie den interkulturellen, rechtlichen und finanziellen Rahmenbedingungen eines Engagements in der Region.

Ihre Mitglieder versteht die EMA als Partner. So unterstützt der Länderverein mit seiner regionalen und fachlichen Expertise die Konzeption und Erstellung von PPP-Vorhaben, Tenderausschreibungen und berät über die Antragstellung hinaus auch zur konkreten Umsetzung Ihres Projektvorhabens. So ist die EMA derzeit unter anderem im Rahmen eines von der sequa gGmbh geförderten Projekts im Bereich der Reifenrunderneuerung in Marokko und Ägypten mit einem ihrer Mitglieder aktiv.

Ganz getreu ihres Leitsatzes „im Dienst der wirtschaftlichen Entwicklungszusammenarbeit“, setzt die EMA aber auch verbandseigene Projekte um: Besonders zu nennen ist in diesem Zusammenhang das Deutsch-Arabische Mentoring-Projekt Ouissal, welches von der EMA in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) initiiert wurde und im Rahmen der Transformationspartnerschaft vom Auswärtigen Amt gefördert wird. Das Projekt, welches derzeit die Teilhabe von Unternehmerinnen in Tunesien fördert, begreift Frauen als wesentlichen Motor für die wirtschaftliche Entwicklung und bestätigt das nicht ansatzweise ausgeschöpfte Potenzial von Unternehmerinnenkooperation für die Wirtschaft und auch den interkulturellen Dialog. In der Tat bringt die EMA zunehmend zutage, dass die jeweiligen Stereotype der „arabischen“ wie der „deutschen“ Frau nicht der Realität entsprechen und der Austausch sehr zum jeweiligen Verständnis und gemeinsamen Handeln animiert.

Selbstverständlich wäre die EMA bei der Umsetzung ihrer vielfältigen Veranstaltungen, Delegationsreisen und Projekte ohne die maßgebliche Unterstützung ihrer Partner nur halb so erfolgreich: So verfügt die EMA über zahlreiche

Kooperationsabkommen mit Handels-, Handwerks-, und Industriekammern, Investmentagenturen und weiteren Einrichtungen der deutschen und arabischen Wirtschafts- und Entwicklungszusammenarbeit. Gerade zu den innovativen Kräften der Region, welche sich für mehr Demokratie, Transparenz und regionale Stabilität einsetzen, pflegt die EMA sehr gute Kontakte – schließlich sind es gerade diese Ansichten und Ziele, welche die EMA teilt und auch seit ihrer Gründung propagiert.

Wer sich von der EMA-Arbeit überzeugen möchte, dem bieten diese Veranstaltungen eine gute Gelegenheit

Das **Deutsch-Arabische Umweltforum** bringt vom 9.-11. September in Zusammenarbeit mit SKH Prinz Hassan bin Talal führende Experten und Unternehmer in Amman, Jordanien, zusammen und informiert u.a. über die vielfältigen Chancen der deutschen Energie-, Abfall- und Wasserwirtschaft in den arabischen Ländern.

Das **Deutsch-Arabische Frauennetzwerkforum** versammelt am 24. Oktober im Auswärtigen Amt all jene, die sich für den Dialog von Unternehmerinnen und die Gleichstellung von Frauen einsetzen möchten und sich mit Entscheidungsträgerinnen und Vertreterinnen der Wirtschaft vernetzen möchten.

Das **EMA-Forum für den Maghreb** fokussiert am 26. November in der Hamburger Landesvertretung zu Berlin Themen der interregionalen Vernetzung und präsentiert Geschäftschancen und Erfahrungsberichte für die Länder Marokko, Algerien, Mauretanien, Tunesien und Libyen.

info@ema-germany.org

Die EMA-Region:
Deutsche KMUs im Herzen der EMA-Region.

Helfen Sie, die Wilderei einzudämmen!

In Zentralafrika eskaliert die Wilderei. Hunderte Elefanten werden monatlich getötet, um ihr Elfenbein auf Schwarzmärkten in Afrika und Asien zu verkaufen. Zurück bleiben Elefantenbabys, die ohne Mutter nicht überlebensfähig sind. Das will der WWF verhindern. Helfen Sie mit. Schon mit 5 Euro monatlich fördern Sie die Projekte des WWF gegen Wilderei und illegalen Artenhandel. Unterstützen Sie den WWF.

030/311 777-777
oder wwf.de

☐ **Ja, ich helfe mit!**

Bitte senden Sie mir kostenlos Informationen, wie ich den WWF im Kampf gegen Wilderei unterstützen kann.

Vorname, Name:

Straße, Haus-Nr.:

PLZ, Ort: Telefon: M0703

Bitte schicken Sie diesen Coupon ausgefüllt an: WWF Deutschland, Reinhardtstraße 14, 10117 Berlin. Oder faxen Sie ihn an: 030/311 777-888.

Noch schrecken viele Selbstständige vor Facebook & Co. zurück, doch jetzt gibt es eine einfache Möglichkeit, die sozialen Netzwerke mit der eigenen Homepage zu verbinden

Vorteile der sozialen Netzwerke effizient nutzen

Freunde oder Kollegen sind längst registriert - und mitunter infiziert. Kaum jemand, der nicht über ein eigenes Facebook-Profil verfügt, der das weltweit größte soziale Netzwerk nicht beruflich oder privat nutzt. Über 25 Millionen aktive Anwender verzeichnet Facebook pro Monat in Deutschland - weltweit sind es mittlerweile mehr als 1,1 Milliarden Menschen. Soziale Medien wie Facebook oder Twitter sind fest in den Alltag integriert. Doch während die Plattformen für Privatpersonen mehr und mehr in den Mittelpunkt rücken, verkennen gerade mittelständische Unternehmen oft das Potenzial, das Facebook und Co bieten können. Dabei kann eine Social-Media-Strategie immens wichtig sein. Beispielsweise wenn es darum geht, die Kommunikation mit Kunden zu vertiefen oder Neu-Kunden zu akquirieren. Unternehmer können über Facebook gezielt und individuell mit ihrer Zielgruppe ins Gespräch kommen, das eigene Profil dabei schärfen und Alleinstellungsmerkmale hervorheben.

Vorteile für Unternehmen

Auch Twitter, der Kurznachrichtendienst aus den USA, wird in Deutschland immer beliebter. Die Kommunikationsplattform dient zur Verbreitung von Textnachrichten, so genannten Tweets, die 140 Zeichen umfassen können. Waren es anfangs meist Privatpersonen oder Prominente, die den Dienst nutzten, so haben in den vergangenen Jahren immer mehr Unternehmen die Vorteile für sich entdeckt: kurze, prägnante Inhalte teilen und dabei von viralen Effekten profitieren. Allein über 2,4 Millionen Deutsche nutzen das Medium aktiv, Tendenz steigend – gerade zahlungskräftige Kunden zwischen 20 und 40 Jahren sind häufige Nutzer.

Ein großer Vorteil der sozialen Medien ist der virale Effekt. Nutzer können mit einem Klick Inhalte, Fotos, Veranstaltungen, aber auch Produkte teilen oder „liken“ (positiv bewerten). Diese so genannte Sharing-Funktion ist nichts anderes als eine Empfehlung. Ein Produkt, das Unternehmen über ihre Facebook-Seite präsentieren und viele Likes generiert, wird somit automatisch einer großen Gruppe zugänglich.

Verzicht aus Zeitmangel?

Doch warum nutzen so wenige mittelständische Unternehmen Facebook und Twitter zur Interaktion mit ihren Kunden? Weit verbreitet ist der unternehmerische Gedanke, dass eine stationäre Internetpräsenz zunächst ausreicht. Darüber hinaus ist der Faktor Zeit ausschlaggebend für fehlendes Engagement: Selbstständige müssen bei ihren Arbeitsabläufen Prioritäten setzen und vernachlässigen dabei verständlicherweise die auf den ersten Blick kompliziert wirkenden sozialen Netzwerke. Geringe Kenntnisse über die Einrichtung einer Facebook-Seite oder eines Twitter-Kontos wirken darüber hinaus abschreckend.

Doch auch hier bietet das Internet entsprechend Lösungen. Einen zeitsparenden Ansatz bietet die Do-It-Yourself Homepage von 1&1, die seit einigen Wochen als Zusatz ein Social Media Center ihren Kunden offeriert. Dieses Social Media Center von 1&1 Internet bietet eine effiziente Möglichkeit, die wichtigsten sozialen Kanäle ohne Mehraufwand in die eigene Marketingstrategie einzubinden. Aus einzelnen Navigationspunkten innerhalb der Webseite werden Rubriken (Tabs) auf Facebook. Welche Inhalte dabei auf Facebook erscheinen sollen, wird zu Beginn festgelegt. Künftige Änderungen auf der Webseite sind fortan automatisch mit der Facebook-Seite synchronisiert und müssen nicht nochmals angefasst werden. Das Ganze funktioniert auch ohne Vorkenntnisse. Auf der einheitlichen, zentralen Benutzeroberfläche des Social Media Centers können darüber hinaus auch Kommentare und eigene Meldungen für Facebook und Twitter parallel bearbeitet werden. Der Nutzer muss sich also nicht mehr auf jeder Plattform einloggen, um einen „Post“ zu veröffentlichen. Das Social Media Center als zentrale Anlaufstelle veröffentlicht Einträge und Kommentare simultan auf Facebook und Twitter.

So einfach wie E-Mail und so sicher wie ein Brief

Die Uhr tickt: In wenigen Wochen endet die exklusive Vorregistrierungsphase für De-Mail Domains. Deutsche Unternehmen, die bereits kräftig in Aufbau und Pflege ihres Online-Auftritts investiert haben, können nur noch bis zum Jahresende wirklich sicher sein, dass sie im Web über eine rechtsverbindliche De-Mail Adresse kommunizieren, die optimal zu ihrer aktuellen Internet-Adresse passt.

Neuer Standard

Beim Kontakt mit Firmen und Behörden entscheiden sich die meisten Menschen hierzulande am liebsten für den elektronischen Weg. Einer Studie der United Internet Dialog GmbH zufolge nutzen rund 70 Prozent der Deutschen regelmäßig E-Mails für ihre geschäftliche Korrespondenz. Knapp 40 Prozent tun dies sogar mehrmals pro Monat. Briefe hingegen werden immer seltener geschrieben – oft nur, wenn es nicht anders geht. Nicht in jedem Fall erfüllen klassische E-Mails nämlich die hohen Anforderungen an eine nachweisbare, rechtsverbindliche Kommunikation. Um diese Lücke beim digitalen Schriftverkehr zu schließen, haben heimische Internet-Anbieter wie GMX oder WEB.DE zusammen mit der Bundesregierung die De-Mail geschaffen.

„De-Mail ist so einfach wie E-Mail und so sicher wie ein Brief", sagt Jan Oetjen, Vorstand beim Provider 1&1. „Viele Aussendungen wie Lohn- und Gehaltsabrechnungen, Angebote, Mahnungen oder Entwürfe von Arbeitsverträgen durften bisher nicht online verschickt werden. Dies ändert sich mit diesem Standard." Selbst die Beteiligung an öffentlichen Ausschreibungen sei künftig möglich. Oetjen: „Der Zeitgewinn von ein bis zwei Tagen gegenüber dem postalischen Versand verschafft Firmen wertvollen Spielraum bei der Vorbereitung und Abgabe von Ausschreibungsunterlagen."

E-Government-Gesetz sorgt für Klarheit

Neben über eine Million Privatnutzern haben sich bereits viele Tausend Unternehmen für den Einsatz von De-Mail entschieden. Experten erwarten, dass das kürzlich vom Bundesrat beschlossene „Gesetz zur Förderung der elektronischen Verwaltung" für einen weiteren Schub sorgt. Zumal das sogenannte E-Government-Gesetz alle Bundesbehörden verpflichtet, bis Mitte 2014 De-Mail als Kommunikationskanal anzubieten. Außerdem setzt es De-Mail als Standard für die digitale Kommunikation in den Verwaltungen.
„Auch für die Wirtschaft hat diese Entscheidung des Gesetzgebers pro De-Mail eine Signalwirkung", betont Oetjen. „Unternehmen erhalten nun die nötige Zukunftssicherheit, dass sie mit Investitionen in De-Mail auf den richtigen Standard setzen."

Jan Oetjen, Vorstand beim Provider 1&1

Unternehmen, die eine deutsche Internet-Adresse (erkennbar an der Endung .de) haben, genießen momentan ein exklusives Vorgriffsrecht: Bis zum 31.12.2013 können sie sich eine De-Mail Domain nach Wunsch sichern. Später gilt das „First come, first serve"-Prinzip. Heißt: Wer zuerst kommt, mahlt zuerst.

Unverwechselbare Identität

Die Wahl der richtigen De-Mail Domain sorgt für eine unverwechselbare Identität im Netz. So können Gewerbetreibende analog zu „MeineFirma.de" zusätzlich auch „MeineFirma.de-mail.de" zur elektronischen Kommunikation mit Kunden, Geschäftspartnern oder Behörden verwenden. Durch die eindeutige Identifikation der Teilnehmer ist die Rechtsverbindlichkeit garantiert.

Da De-Mails im Unterschied zu E-Mails auf ihrer Reise durchs World Wide Web verschlüsselt sind, ist selbstverständlich die Vertraulichkeit bei der geschäftlichen Korrespondenz gewährleistet. Der neue Standard wird einfach in die bestehende Mail-Umgebung integriert. Es lassen sich problemlos sowohl für einzelne Mitarbeiter (Vorname.Nachname@MeineFirma.de-mail.de) als auch für bestimmte Fachabteilungen (Vertrieb@MeineFirma.de-mail.de) eigene De-Mail-Postfächer einrichten.

EINSPARUNGSPOTENZIALE

Der Hauptgrund, in De-Mail einzusteigen, ist für das Gros der Firmen die Aussicht auf finanzielle Einsparungen. 1&1 zum Beispiel bietet für den Businesseinsatz etwa den Tarif „1&1 De-Mail Plus" an. Das Komplettpaket (Preis 9,99 Euro/Monat) beinhaltet die individuelle De-Mail Domain sowie den Gratis-Versand von jeweils 50 De-Mails. Nach Ausschöpfung des Freikontingents fallen 33 Cent pro De-Mail an. Zum Vergleich: Im Schnitt kosten Porto, Papier und Abwicklung von Geschäftsbriefen derzeit 67 Cent. 1&1 hat eine Aufklärungskampagne gestartet, um Firmen beim Einstieg in De-Mail zu unterstützen.

Info: http://hosting.1und1.de/de-mail und http://erfolgscenter.1und1.de

DREI WEGE ZUM ERFOLGREICHEN WERBEKONZEPT

Foto: Karl-Heinz Laube/ pixelio.de

Werbung darf auch lautlos sein und weniger schrill, aber sie sollte auffallen

Von Hans-Jürgen Borchardt

Radikal und vereinfacht kann man sagen: "Ohne Werbung keine Nachfrage" oder mit anderen Worten: „Anbieter, die man nicht kennt, kann man auch nicht fragen."
Am besten ist es, wenn Sie sich die Werbung wie ein Leuchtfeuer vorstellen, das den Interessenten den Weg zu Ihnen zeigt. Das bekannte Problem ist, dass es viele Leuchttürme (Wettbewerber) gibt. Dennoch, die Lösung ist nicht so schwer, wie Sie glauben. Sie müssen Ihre Lichtstrahlen so gestalten, dass sie sich von den anderen unterscheiden. Soweit die bildliche Theorie.

Was heißt das für Sie in der Praxis?

Wie schon gesagt. Sie müssen sich unterscheiden, damit Sie auffallen. Wer nicht den Mut hat, sich und seine Leistungen anders darzustellen, fällt nicht auf und ist nur einer von vielen. Damit ergibt sich für jeden die Frage: „Was kann, was muss ich tun, um aufzufallen?"

Wenn Sie sich unverwechselbar zwischen den vielen Wettbewerbern präsentieren wollen, gibt es drei Möglichkeiten:

1. Sie können ein neues (Service-)Angebot entwickeln und dieses so unverwechselbar präsentieren, dass Sie sich von allen anderen Mitbewerbern deutlich unterscheiden.
2. Sie spezialisieren sich. Als Spezialist haben Sie den Vorteil, dass Sie Ihr Angebot nur vorstellen aber nicht unbedingt dramatisieren müssen.
3. Machen Sie Ihre Werbung zum Gespräch.

Die Entwicklung eines neuen Angebots

Da sich die wenigsten Unternehmer durch eine deutlich bessere Arbeits-, Produkt- oder Dienstleistungsqualität unterscheiden können, muss man sich auf das „Wie" oder mögliche Ergänzungs- bzw. Serviceleistungen konzentrieren. In der Praxis heißt das: „Welche Angebote kann ich entwickeln, die dem Kunden einen zusätzlichen Vorteil bzw. Nutzen bieten?" Das können Leistungen in der Beratung, in der Abwicklung, in der Pünktlichkeit, in der Termingarantie, in der Kulanz, im Service, in der Nachbetreuung, im Design, im Know-how, in der Freundlichkeit etc. sein.

Dabei sollten Sie vorab entscheiden, ob Ihr erweitertes (Mehrwert-) Angebot weitgehend kostenneutral sein soll, oder ob Sie eine neue Leistung anbieten wollen, die sich verteuernd auswirkt.

Drei Beispiele

➜ In einer norddeutschen Großstadt gibt es ein Taxiunternehmen, das allen Kunden einen Schlüsselaufbewahrungsdienst für eine geringe Gebühr anbietet. Wenn der Kunde mal seinen Schlüssel verloren hat oder dieser abhanden gekommen ist, genügt ein Anruf beim Unternehmen und in kürzester Zeit ist der Schlüssel zur Stelle. Es leuchtet ein, dass die Kunden, die dieses Angebot in Anspruch nehmen, diesen Betrieb vor allen anderen bevorzugen, wenn sie ein Taxi benötigen.

➜ In einer anderen Großstadt gibt es seit vielen Jahren einen Handwerksbetrieb, der seinen Kunden absolute Pünktlichkeit bei der Durchführung seiner Arbeiten verspricht. Gleichzeitig erklärt er, dass er eine Stunde kostenlos arbeitet, wenn er seine Zeitzusage um mehr als 15 Minuten überschreitet.

➜ Dienstleister aus den verschiedensten Branchen und vereinzelt auch Werkstätten werben damit, dass sie ihren Kunden gestatten, nach Zufriedenheit zu bezahlen. Sie geben ihren Kunden eine Richtpreisliste, mit zwei verschiedenen Preisen:
- Ein Preisvorschlag für „normale" Zufriedenheit
- Ein Preisvorschlag, wenn der Kunde begeistert ist.
- Ist der Kunde unzufrieden, kann er den Preis zunächst nach eigenem Ermessen reduzieren. Bedingung ist jedoch, dass er seine Unzufriedenheit, bzw. die Minderleistung detailliert begründet, damit der Unternehmer prüfen kann, ob die Vorwürfe berechtigt sind. Im zweiten Schritt wird dann geprüft, ob der Preisabzug in voller Höhe gerechtfertigt ist.

Damit bietet diese Vorgehensweise zwei Vorteile:

- Wer sich mit dieser Argumentation vorstellt, muss nicht über Qualität sprechen, denn ein derartiges Angebot kann nur jemand machen, der weitgehend reklamationsfrei arbeitet.

Foto: Christian Jerx/ pixelio.de

Werbung, die auffällt – die „lila Kuh" kennt jeder

- Diese Methodik ist gleichzeitig perfektes Qualitätsmanagement. Der Anbieter erfährt detailliert, welche Leistungen bzw. Eigenschaften den Kundenerwartungen entsprechen.

Diese Liste mit den Differenzierungsmaßnahmen lässt sich beinahe beliebig fortsetzen. So finden Sie allein in meinem Buch „Marketing für Klein- und Familienbetriebe. Konzepte, Ideen, Beispiele, Checklisten“ 40 Vorschläge.
Es gibt aber auch ganz einfache, simple Möglichkeiten, sich zu unterscheiden, z. B.

- Sie könnten z. B. Ihre Rechnungen mit einem (kleinen) Dankeschön verschicken bzw. übergeben. Je nach Größe des abgeschlossenen Auftrages, können Sie das „Dankeschön“ individuell gestalten, von einer Schachtel Pralinen, bis zu … Ihrer Fantasie sind dort keine Grenzen gesetzt.
- Kann es für Ihre Kunden wichtig sein, dass Sie einen Notdienst haben?
- Haben Sie schon mal daran gedacht, mit der Rechnung einen Gutschein für den nächsten Auftrag mit zu verschicken?
- Vielleicht können Sie Ihre Beratungsleistungen ausbauen und sich dort auf bestimmte Bereiche spezialisieren?
- Haben Sie schon mal überlegt, wie viele Garantien Sie aussprechen können? Service, Pünktlichkeit, Sauberkeit, Termintreue, Abwicklung etc.

Die Vorschläge lassen sich endlos fortsetzen. Sie müssen nur die eingefahrenen Denkmuster verlassen und sich fragen, welche Leistung Sie anbieten können, um sich zu unterscheiden.

Wichtig bei der Formulierung einer dazu passenden Schlagzeile ist immer, dass Sie sich von Ihren Wettbewerbern durch völlig andere Aussagen differenzieren. Der größte Fehler, der immer wieder gemacht wird, ist, die Aussagen der Wettbewerber übertrumpfen zu wollen oder die Schlagzeilen ähnlich zu formulieren. Dann machen Sie mehr Werbung für Ihren Konkurrenten als für sich selbst. Viele Kunden machen ihre Kaufentscheidung von der Beratung abhängig. Verkäufer, die kompetent und ehrlich beraten, sind besonders erfolgreich, denn die Kunden merken sehr schnell, ob man sie überreden oder ob man für sie die beste Lösung erarbeiten will. Deshalb bietet die Beratung in vielen Branchen gute Möglichkeiten, sich zu differenzieren.

Foto: Pitopia

Originelle Werbung für ein Weingut – produktbezogen und einprägsam

Daher könnte die Selbstdarstellung in der Werbung wie folgt lauten: „Mit unserer Beratung bekommen Sie unser Know-how. Kostenlos“ Oder:
„Die beste Art zu sparen. Unsere Beratung“ etc.
Wenn Sie sich mit dem Thema „Garantien“ etwas intensiver beschäftigen, werden Sie feststellen, dass Sie ohne großes Risiko viele Garantien in den Bereichen Beratung, Betreuung, Abwicklung, Service aussprechen können. Dabei wären u. a. folgende Schlagzeilen denkbar: „Mit unserer Garantie schlafen Sie ruhiger“. Oder: „Mit uns arbeiten Sie risikofrei, garantiert“.

Diese Aussagen zu den einzelnen Differenzierungsansätzen sind nicht bis ins letzte ausformuliert, denn sie sind von Branche zu Branche verschieden und von den jeweiligen Bedingungen abhängig. Sie sollen Ihnen nur aufzeigen, dass es auch für Nicht-Experten relativ einfach ist, sich von den Wettbewerbern deutlich zu unterscheiden.

Sie spezialisieren sich

In nahezu allen Branchen gibt es Spezialisten, oft sind sie sogar konkurrenzlos. Wichtig bei dieser Entscheidung ist jedoch immer die Beantwortung der Frage: Ist die Nische, in der ich als Spezialist tätig werden will, ausreichend groß, um die geplanten Umsatzziele zu erreichen?

Bekannt für diese Nischenpolitik ist z. B. die Hotellerie. Dort gibt es spezielle Hotels für Diätkost, für Wellness, für Familien, für Hunde, für Katzen und seit einiger Zeit sogar für Singles. Solche Single-Hotels bieten ihren Gästen u. a. spezielle Kennenlern- und Kommunikationstische, einen Romantikpfad und vieles mehr.

Ebenso gibt es im Handwerksbereich viele spezialisierte Betriebe, die sich auf bestimmte Arbeitsgebiete konzentrieren. Beispielhaft sei nur an die Küchen- und Badspezialisten erinnert. Auch die überwiegende Zahl der Einzelhändler und Dienstleister verdichten ihr Angebot auf bestimmte Leistungen, Produkte oder Marken, um sich zu differenzieren.

Der bekannte Vorteil ist, dass Spezialisten sich oft dem ruinösen Preisvergleich entziehen, weil sie im Normalfall in ihrem Einzugsgebiet deutlich weniger Wettbewerber haben.
Ob es in 50 oder 100 Kilometern einen mehr oder weniger identischen Konkur-

Foto: Pitopia

Ein Hotel montierte zur Eröffnung ein Bettgestell weithin sichtbar an das Gebäude

renten gibt, ist ohne Bedeutung. Entscheidend ist, dass Sie in Ihrem regionalen Vertriebsgebiet weitgehend ohne Wettbewerber sind. Deshalb ist es oft lohnend, über die eigenen Grenzen zu schauen, um zu erkunden, ob es dort erfolgreiche Unternehmen gibt, deren Leistung/Spezialisierung Sie kopieren können.

Anmerkung

Wer sich durch eine Spezialisierung unterscheiden will, sollte auf gar keinen Fall seine bisherigen Arbeitsbereiche aufgeben, sondern den Wandel zum Spezialisten schrittweise vollziehen. Zunächst genügt es völlig, das neue Spezialgebiet als Erweiterung darzustellen.

Werbung zum Gespräch machen

Das bekannteste Beispiel, das wir alle kennen, ist die Schokolade mit der lila Kuh. Obwohl das Produkt mit den meisten Schokoladen im Prinzip identisch ist, hat Milka eine absolute Sonderstellung unter den Schokoladenmarken.
Ähnlich, aber dennoch völlig anders ist der Auftritt von Media Markt „Ich bin doch nicht blöd“ oder die Selbstdarstellung von Saturn mit dem Slogan „Geiz ist geil“.

Die drei folgenden Beispiele stehen für eine Vielzahl von Möglichkeiten, sich anders als andere darzustellen.

➜ Als in Kassel ein neues Hotel öffnete, wurde ein Bettgestell auf die Spitze des Hoteldaches montiert. Das Ergebnis war, dass die Medien monatelang über diese außergewöhnliche Darstellung berichteten. Das war eine intensive und kostenlose Werbung für das Hotel und löste eine hohe Nachfrage aus.

➜ Ein Messebauunternehmen aus St. Goar war unzureichend ausgelastet. Die klassischen Werbemaßnahmen waren teuer und brachten nicht den gewünschten Erfolg. Der Inhaber baute einen Riesenstuhl und stellte diesen- mit seiner Werbung in einen Weinberg seines Freundes. Da der Weinberg direkt am Rhein liegt, war er natürlich von allen Personen, die mit Schiffen auf dem Rhein fuhren und allen Autofahrern von der anderen Seite des Rheins aus zu sehen. Innerhalb kurzer Zeit war dieser Stuhl ein Thema in der Fachpresse.

➜ Der Hamburger Werbekaufmann Marco Dürkop erhielt auf seine 120 gewöhnlichen Bewerbungen nur Absagen. Auch eigene Inserate in Tageszeitungen brachten wenig Erfolg. Da entschied er sich für einen ungewöhnlichen Weg. An einer U-Bahn-Station ließ er ein neun Quadratmeter großes Bewerbungsprofil aufhängen. Der Text lautete: „Biete Hamburger, 34 Jahre. Suche: neue Herausforderung“. Diese 550,- Euro teure Bewerbung war zwar nicht gerade billig, aber sie brachte den gewünschten Erfolg. Selbst aus der Schweiz erhielt der clevere Hamburger ein Angebot.

Wenn Ihre Werbung zum Gespräch werden soll, müssen Sie den Mut haben, neue Wege zu gehen, damit Sie auffallen. In allen Beispielen und vielen weiteren Fällen haben die Anbieter ihre Leistung nicht verändert, sondern die Nachfrage nur durch ausgefallene Maßnahmen nachhaltig erhöht.

Fazit

Die Wege und Möglichkeiten zu einem erfolgreichen Werbekonzept zu kommen, sind relativ leicht. Sie müssen nur bereit sein, neue Wege zu begehen. Wenn Sie mehr Ideen und Beispiele suchen, finden Sie diese in meinem Buch „Marketing für Klein- und Familienbetriebe. Konzepte, Ideen, Beispiele, Checklisten“.

Hans-Jürgen Borchardt ist erfolgreicher Business-Experte und Bestseller-Autor

HURTIGRUTEN

Die schönste Seereise der Welt

Die nordgehende und südgehende Route kombiniert ist die beste Möglichkeit, die ursprüngliche norwegische Küste, Fjorde und kleine Häfen zu entdecken. Seien Sie dabei, wenn das Sonnenlicht im Frühling die Küste wieder zum Leben erweckt; im Sommer die Sonne oberhalb des Polarkreises rund um die Uhr scheint; im Herbst sich die Landschaft mit einer rotgoldenen Farbenpracht verabschiedet, bevor der Winter wieder seinen Zauber über das Land legt.

Foto: Hurtigruten/Privat-Foto: Reto Zwick

1. Tag: Flug nach Norwegen

Mittags Linienflug mit Lufthansa von Frankfurt nach Bergen. Um 15 Uhr bringt Sie der „Hurtigruten Transfer Shuttle Service“ vom Flesland-Flughafen zum Nøstet-Kai. Freizeit für einen Bummel durch das charmante Hanseviertel „Bryggen“. Aber vergessen Sie darüber nicht Ihr Postschiff, das ab 16 Uhr zum Einsteigen bereit ist (Kabinenvergabe ab 18 Uhr) und um 22.30 Uhr ablegt.

2. Tag: Küstenfahrt

Auf dramatisch schöner Route „dampft“ Ihr Postschiff gen Norden. Die Fahrt gleicht einem Slalomlauf durch Sunde und Schären. In Ålesund haben Sie Gelegenheit zu einem Spaziergang durch die Jugendstilstadt. Über Molde kommen Sie nachts zur „Stockfisch-Metropole“ Kristiansund an der vom Wind umtosten Felsenküste des Nordatlantiks.

3. Tag: Königsstadt Trondheim

Am frühen Morgen läuft Ihr Postschiff in Trondheim ein. Raus aus der Koje und bis mittags Freizeit für Sightseeing: Zu empfehlen ist ein Rundgang durch die Altstadt, vorbei an den auf Pfählen gebauten Speicherhäusern am Flussufer zum Nidaros-Dom, dem Nationalheiligtum Norwegens.

4. Tag: Polarkreis und Lofoten

Nach Überquerung des nördlichen Polarkreises passieren Sie auf der Fahrt nach Bodø bildschöne Schären und sagenumwobene Inseln, bevor sich im Norden die Lofoten mit ihrem Hauptort Svolvaer aus der arktischen See erheben.

MARCO POLO LIVE

Besonderes Spektakel am frühen Morgen: Bei der Überquerung des Polarkreises lernen Sie den Meeresgott Neptun näher kennen und es heißt Antreten zur zünftigen Polartaufe.

5. Tag: „Tor zum Eismeer“

Nach morgendlichem Stopp in Harstad auf der Vesterålen-Inselgruppe erwartet Sie Tromsø, wo so manche wagemutige Polarexpedition ins Eis der Arktis begann. Freizeit für einen Besuch der Eismeerkathedrale.

6. Tag: Windiges Nordkap

Frühmorgens in Hammerfest, der nördlichsten Stadt der Welt, und mittags von Honningsvåg aus optionaler Ausflug an das „Ende Europas“, das legendäre Nordkap-Plateau.

7. Tag: Wendepunkt Kirkenes

Kirkenes gilt als „Tor nach Osten“ und ist Wendepunkt Ihrer Hurtigruten-Küstenfahrt. Auf dem südgehenden Rückweg laufen Sie nun tagsüber die Häfen an, die Sie auf der Hinfahrt „verschlafen“ haben.

8. Tag: Hammerfest – Tromsø

Ausgeruht wird Hammerfest erreicht – eine Stadt im Umbruch; denn hier entsteht das neue Ölzentrum Norwegens. Von Hammerfests Vergangenheit zeugt der Eisbärenclub – gegen eine kleine Gebühr können auch Sie Clubmitglied werden! Kurz vor Mitternacht Einlaufen in Tromsø.

9. Tag: Inseln im Nordmeer

Das Postschiff nimmt Kurs auf die bezaubernde Inselwelt der Vesterålen und der Lofoten, wo im Hafen von Stokmarknes das Hurtigruten-Museum auf Sie wartet. Keinesfalls versäumen sollten Sie die Passage durch den spektakulären 30 Kilometer langen Raftsund.

10. Tag: Berg mit Loch

Zum zweiten Mal überquert das Postschiff heute den nördlichen Polarkreis. Nach Brønnøysund passieren Sie die Bergformation der „Sieben Schwestern“ und den Torghatten, den Berg mit dem Loch in der Mitte.

11. Tag: Bordleben

Lust auf einen morgendlichen Bummel in Trondheim? Danach lassen Sie sich noch einmal so richtig die Atlantikluft um die Nase wehen, erreichen Molde, die „Stadt der Rosen“, und genießen die letzte Nacht an Bord.

12. Tag: Zurück in Bergen

Nach der Schärenwelt Norwegens geht am frühen Nachmittag auch die „schönste Seereise der Welt“ einmal zu Ende. Der kurze Weg vom Terminal zum zentral in der Altstadt gelegenen Hotel ist natürlich organisiert.

13. Tag: Adjø

In Ruhe frühstücken und dann heißt es Abschiednehmen. Transfer vom Hotel zum Flughafen von Bergen und mittags Rückflug mit Lufthansa nach Frankfurt. Individuelle Weiterreise zu den Ausgangsorten.

Hurtigruten-Postschiffe

Was wäre Norwegen ohne Hurtigruten? Die Postschiff-Schnelldampfer garantieren seit 1893 die Verbindung bis in den hohen Norden. An Bord erwartet Sie ehrliches maritimes Flair, zwangloses Ambiente und eine hochwertige Küche mit exquisiten Gerichten. Die Kabinen variieren zwischen 9 bis 13 qm, sind mit Dusche/WC und Föhn ausgestattet und bieten ein Bett und ein Bettsofa – Ihre Außenkabine hat entweder ein Bullauge oder ein rechteckiges Fenster. Auf den Schiffen befindet sich eine Deutsch sprechende Bordreiseleitung.
Bei unseren Terminen werden diese neueren, größeren Schiffe eingesetzt:
MS = MS Midnatsol, Baujahr 2003
FM = MS Finnmarken, Baujahr 2002
TF = MS Trollfjord, Baujahr 2002

Landausflüge

Auf Ihrer Hurtigruten-Seereise bieten sich viele Gelegenheiten an interessanten Landausflügen (alle gegen Mehrpreis) teilzunehmen. Ob eine Tour zum Nordkap oder eine aufregende Husky-Hundeschlittenfahrt – zusammen mit Ihrer Reisebestätigung erhalten Sie eine Aufstellung mit Beschreibung und Preisen der Hurtigruten-Landausflüge. Für eine gute Planung können Sie dann Ihre Ausflüge gerne schon im Voraus buchen, Restplätze (soweit noch vorhanden) aber auch erst direkt an Bord.

Flug

Lufthansa

Im Reisepreis enthalten ist der Linienflug mit Lufthansa ab/bis: Frankfurt.
Zuschlag € 85,– für Anschlussflug mit Lufthansa ab/bis: Berlin, Bremen, Dresden, Düsseldorf, Hamburg, Hannover, Leipzig, München, Stuttgart.
Eine sehr gute Alternative zu innerdeutschen Anschlussflügen ist das im Reisepreis inkludierte „Rail & Fly inclusive“-Ticket 2. Klasse.

Reisepapiere und Gesundheit

Deutsche Staatsbürger benötigen einen gültigen Personalausweis oder Reisepass. Impfungen sind nicht vorgeschrieben.

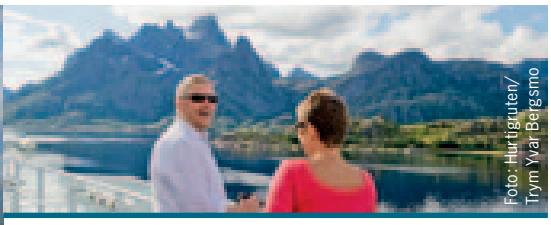


Foto: Hurtigruten/ Trym Ivar Bergsmo

13 Reisetage ab € 1595,–

- Hurtigruten-Klassiker ...
- ... zu allen Jahreszeiten
- Norwegen rauf und runter
- Vollpension an Bord
- Linienflüge mit Lufthansa

Klima

Durchschnittliche Höchsttemperaturen in °C:

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Bergen	03	03	06	09	14	17	18	17	14	11	06	04
Kirkenes	–7	–7	–3	–1	06	11	15	12	08	02	–3	–7

In den Wintermonaten haben Sie mit etwas Glück gute Chancen nördlich des Polarkreises das flackernde Farbenspiel des Nordlichts am arktischen Himmel zu entdecken. Im Sommer faszinieren die langen, hellen Mittsommernächte.

Reiseversicherungen

Im Reisepreis sind keine Reiseversicherungen enthalten. Wir empfehlen jedem Teilnehmer den Abschluss eines „RundumSorglos-Schutzes“ (Stornokosten-, Reiseabbruch-, Reisegepäck- und Reisekranken-Versicherung, RundumSorglos-Service) der ERV/Europäische Reiseversicherung AG. Die Prämie pro Person ist abhängig vom Reisepreis und beträgt z. B. € 79,– (bei Reisepreis bis € 1600,–), € 164,– (bei Reisepreis bis € 4000,–) oder 4,5 Prozent vom Reisepreis (bei Reisepreis ab € 4000,– bis € 10 000,–).

Veranstalter und Reisebedingungen

Veranstalter dieser Reise ist die Marco Polo Reisen GmbH, Riesstr. 25, 80992 München. Die GK MittelstandsMagazin Verlag GmbH tritt lediglich als Vermittler auf. Die Reisebedingungen des Veranstalters sind im Internet unter www.agb-mp.com druck- und speicherfähig abrufbar.

Mindestteilnehmerzahl

Mindestteilnehmerzahl: 10 Personen
Höchstteilnehmerzahl: 29 Personen

Sollte die Mindestteilnehmerzahl nicht erreicht werden, kann der Veranstalter bis spätestens am 21. Tag vor Reisebeginn vom Reisevertrag zurücktreten (näheres siehe Reisebedingungen).

Reisepreis in Euro pro Person

Termine 2014 13 Reisetage	Schiff	Doppelkabine innen	Doppelkabine außen	EZ-Zuschlag innen	EZ-Zuschlag außen
07.01.–19.01.	MS	1.595	1.945	685	790
18.01.–30.01.	MS	1.695	2.075	730	840
09.02.–21.02.	MS	1.795	2.165	770	890
11.03.–23.03.	TF	1.855	2.195	730	840
13.04.–25.04.	TF	1.895	2.265	810	940
02.04.–14.04.	TF	2.195	2.595	1.280	1.600
16.04.–28.04.	MS	2.495	2.995	1.525	1.915
24.04.–06.05.	TF	2.495	2.995	1.525	1.915
30.04.–12.05.	FM	2.495	2.995	1.525	1.915
02.06.–14.06.	FM	3.195	3.795	1.840	2.310
29.06.–11.07.	TF	3.195	3.795	1.840	2.310
02.07.–14.07.	MS	3.195	3.795	1.840	2.310
10.07.–22.07.	TF	3.195	3.795	1.840	2.310
21.07.–02.08.	TF	3.195	3.795	1.840	2.310
01.08.–13.08.	TF	3.195	3.795	1.840	2.310
12.08.–24.08.	TF	3.195	3.795	1.840	2.310
23.08.–04.09.	TF	2.895	3.495	1.655	2.075
06.09.–18.09.	MS	2.395	2.635	910	1.015
09.10.–21.10.	MS	2.295	2.535	865	960
20.10.–01.11.	MS	2.295	2.535	865	960
23.10.–04.11.	FM	2.295	2.535	865	960
04.11.–16.11.	FM	1.635	1.995	685	790
12.11.–24.11.	MS	1.635	1.995	685	790
20.11.–02.12.	TF	1.595	1.945	685	790
23.11.–05.12.	MS	1.595	1.945	685	790
01.12.–13.12.	TF	1.695	2.075	730	840
14 Reisetage					
*15.12.–28.12.	MS	1.855	2.195	730	840
Frühbucher-Ermäßigung bis zum 30.09.2013					
		80	100	55	65
Frühbucher-Ermäßigung bis zum 31.01.2014					
		40	50	25	35

*Am 24.12. bleiben alle Hurtigruten-Schiffe für 24 Stunden in dem Hafen liegen, den sie bis 17 Uhr erreicht haben.

Im Reisepreis enthalten

- Linienflug mit Lufthansa von Frankfurt nach Bergen und zurück in der Economy-Class
- Hurtigruten-Seereise mit einem Postschiff von Bergen nach Kirkenes und zurück
- 11 Übernachtungen an Bord / Unterbringung in Zweibett-Innenkabine mit Dusche und WC
- Vollpension an Bord
- 1 Übernachtung mit Frühstück im sehr guten Mittelklassehotel in Bergen
- „Hurtigruten Transfer Shuttle Service“ in Bergen vom Flughafen zum Hurtigruten-Anleger
- Transfer in Bergen vom Hurtigruten-Anleger zum Hotel und vom Hotel zum Flughafen

Und außerdem inklusive

- „Rail & Fly inclusive“ zum/vom deutschen Abflugsort in der 2. Klasse von jedem Bahnhof in Deutschland
- Polartaufe an Bord
- Eintritt ins Hurtigruten-Museum in Stokmarknes
- Flughafensteuern, Lande- und Sicherheitsgebühren (ca. € 141,–)
- Reiseunterlagen mit einem Reiseführer pro Kabine
- Klimaneutrale Schiffspassage sowie Bus- und Bahnfahrten durch CO_2-Ausgleich

Zusätzlich buchbare Extras

- CO_2-Ausgleich Flüge (Economy) € 9,– (siehe www.agb-mp.com/co2)

Zahlung / Sicherungsschein

Zahlungen sind nur bei Vorliegen des Sicherungsscheines (wird mit der Reisebestätigung versandt) im Sinne des § 651 k Abs. 3 BGB fällig. Bei Vertragsschluss wird eine Anzahlung von 20 Prozent des Reisepreises, maximal jedoch € 1000,– pro Person, fällig. Der restliche Reisepreis wird am 20. Tag vor Reiseantritt bzw. spätestens bei Erhalt der Reiseunterlagen fällig.

HURTIGRUTEN

ANMELDUNG / RESERVIERUNG

MittelstandsMagazin-Leserreise HURTIGRUTEN

Name, Vorname

Geburtsdatum

Telefon tagsüber (mit Vorwahl)

Straße / Hausnummer

PLZ / Wohnort

Name, Vorname, Geburtsdatum Mitreisende(r)

Gewünschtes bitte eintragen bzw. ankreuzen

Reisetermin:

☐ Doppelkabine innen ☐ Doppelkabine außen

☐ Einzelkabine innen ☐ Einzelkabine außen

Flug ab / bis:

☐ CO_2-Ausgleich Flüge (Economy)

☐ RundumSorglos-Schutz (Reiseversicherung)

☐ Ich melde mich und die aufgeführten Personen **verbindlich** an – die Reisebedingungen liegen mir / uns vor.

Oder

☐ Ich bitte um Reservierung der Leistungen und Übersendung der Reisebedingungen vor Vertragsschluss.

Ort, Datum / Unterschrift

Einfach Coupon senden an:
Marco Polo Reisen GmbH
Postfach 50 06 09, 80976 München

Coupon faxen an:
Fax: 089 50060-405

Information / Reservierung / Buchung:
Tel.: 089 50060-470
groups@marco-polo-reisen.com

AUTO-TEST

DER NEUE RANGE ROVER

Verbrauchsarm dank seiner Alu-Plattform

Nicht nur für Gutsbesitzer und Pferdefreunde: der neue Range Rover ist ein anspruchsvoller Spitzen-SUV

Das von Grund auf neu entwickelte Topmodell des britischen 4x4-Spezialisten definiert die Maßstäbe der SUV-Luxusklasse vollkommen neu - mit einer Fülle hochwertiger Ausstattungs- und Komfortdetails, mit optimierten Fahr- und Handlingeigenschaften und nicht zu vergessen mit wegweisender Technologie. So verfügt der neue Range Rover beispielsweise als weltweit erstes SUV über eine leichte Vollaluminium-Karosserie, die sich besonders positiv auf Effizienz und Emissionen auswirkt. Das neue Modell ist je nach Version bis zu 420 kg leichter. Der neue Range Rover ist zu Preisen ab 89.100 Euro zu haben.

Ein weiteres wichtiges Innovationselement des neuen Range Rover ist seine Fahrwerksarchitektur in Leichtbauweise. Das größtenteils aus leichten Aluminiumelementen konstruierte Fahrwerk ist mit einer verstellbaren Luftfederung aller Räder kombiniert, die auf und abseits der Straßen nützliche Komfortdienste leistet. Neben dem Leichtbau-Fahrwerk tragen hoch entwickelte elektronische Helfer eine Menge zur optimierten Fahrdynamik bei. Zu nennen sind hier die moderne elektrische Servolenkung, der erstmals im Range Rover integrierte aktive Neigungsausgleich und die adaptive Fahrwerkssteuerung.

Beim Antrieb verteidigt der neue Range Rover mühelos seinen Ruf. Souverän, überlegen, leistungsstark - Fahrerlebnisse der Extraklasse versprechen die modernen, drehmomentstarken Benzin- und Dieselmotoren, die durchweg mit einer perfekt abgestimmten Achtstufenautomatik kombiniert sind und ihre Kraft auf alle vier Räder übertragen. Dass die Triebwerke für diese Fahrzeugklasse eine außergewöhnliche Effizienz aufweisen, vergleichsweise wenig verbrauchen und geringere Mengen CO_2 ausstoßen, liegt natürlich auch an den Gewichtsvorteilen der Aluminium-Plattform.

Wir fuhren den stärkeren 4,4-Liter-Achtzylinder-Diesel. Er brilliert mit einer auf 249 kW (339 PS) gesteigerten Leistung und einem maximalen Drehmoment von 700 Nm, das schon zwischen 1750 und 3000/min bereitsteht. Damit beschleunigt der Range Rover SDV8 nun in 6,9 Sekunden von 0 auf 100 km/h. Die Poleposition im Range Rover-Motorenangebot behauptet der 5,0-Liter-V8-Kompressor* mit 375 kW (510 PS). Die unbändige Kraft des Triebwerks beschleunigt den Range Rover aus dem Stand in 5,4 Sekunden auf 100 km/h. - erst bei einem Höchsttempo von 250 km/h wird der Vorwärtsdrang automatisch abgeregelt. Das Erstaunliche dabei: Der 4,4-Liter Diesel hat bei unseren rund 1.500 Test-Kilometern im Durchschnitt weniger als 10 Liter verbraucht, ein angesichts des Allradantriebs und des Gewichts von fast 2,5 t ein mehr als respektables Ergebnis.

Innovative und überlegene Technik macht jedoch nur einen Teil der Faszination des Range Rover aus. Mindestens ebenso bedeutend ist für viele Besitzer die unvergleichliche Atmosphäre, die das Interieur verströmt. Verwöhnender Luxus auf S-Klasse und Audi-A8-Niveau und kompromissloser Komfort sind hier gepaart mit exquisiten Materialien, handwerklich perfekter Verarbeitung und einem ebenso stilvollen wie anspruchsvoll modernen Design.

Fazit: Ein SUV der Spitzenklasse, in dem man besser und gemütlicher sitzt als auf der heimischen Wohnzimmercouch – entspannt wegen der zahlreichen Assistenzsysteme, dem 1.700 Watt starken Rundum-Sound und dem wohligen Gefühl, den allgemeinen Gefahren des Straßenverkehrs ein wenig entrückt zu sein. *Günter Kohl*

Luxuriöses und komfortables Interieur zeichnet den neuen Range Rover aus

JAGUAR XF SPORTBRAKE

Zur Limousine nun ein eleganter Sportkombi

Ein Auto, nach dem sich bei unseren Testfahrten viele Menschen umdrehten oder es sich im Stand genauer ansahen: Ein Jaguar als „Kombi“, sogar mit Anhängerkupplung erhältlich

Der neue, variabel nutzbare Jaguar XF Sportbrake, bei anderen Herstellern heißen diese Heckklappen-Modelle „Variant“, „Kombi“ oder „Avant“, übernimmt den Radstand und die Abmessungen der Limousine, kann aber nach Umklappen der hinteren Sitzbank sein Ladevolumen auf bis zu 1.675 Liter erweitern. Neben zwei 3,0 Liter großen V6-Dieselmotoren ragt der 2,2 Liter Turbodiesel mit 147 kW (200 PS) aus vier Zylindern heraus. Mit einem Durchschnittsverbrauch von 5,1 Litern/100 km avanciert er zum sparsamsten Motor der Firmengeschichte. Die V6 erfüllen mit 177 kW (240 PS) und 202 kW (275 PS) auch die Leistungserwartungen ambitionierter Fahrer. Alle Motoren sind mit einer Achtstufen-Automatik und Stop/Start-System gekoppelt. Die an der Hinterachse speziell für den XF Sportbrake entwickelte Luftfederung verbessert den Komfort besonders bei voller Beladung. Der Jaguar XF Sportbrake ist zu Preisen zwischen 48.550 Euro und 56.550 Euro erhältlich.

Der XF Sportbrake übernimmt die vornehmsten Tugenden der coupéartig geformten XF Limousine – wie modernen britischen Luxus, kraftvolle Eleganz und dynamisches Handling – und erweitert sie um die Stärken Praktikabilität und Vielseitigkeit. Optisch weicht der Sportkombi erst ab der B-Säule vom Genspender ab. Die für einen Jaguar typische Seitenfenster-Graphik stellt sich beim Jaguar XF Sportbrake in ihrer elegantesten, weil gestrecktesten Form zur Schau.

Ungeachtet des designgetriebenen Ansatzes blieb Jaguar der Zielvorgabe einer maximalen Praktikabilität treu. Die Praxistauglichkeit des Laderaums wird zusätzlich durch eine serienmäßige Dachreling und ein System von Laderaumschienen erweitert. Letztere erlauben das schnelle Montieren von optionalen Netzen oder längs verschiebbaren, flexiblen Halteleisten. Die Heckklappe verfügt über eine Zuziehautomatik; auf Wunsch ist eine elektrische Öffnungs- und Schließfunktion erhältlich.

Für die standesgemäße Motorisierung des Jaguar XF Sportbrake sind drei kraftvolle Turbodiesel-Motoren zuständig. Der Vierzylinder im Modell 2.2 D ist wie auch die beiden V6-Selbstzünder mit einem Intelligent Stop/Start-System gekoppelt, das entscheidend zum extrem niedrigen Verbrauch von 5,1 Litern/100 km (CO_2: 135 g/km) beiträgt.

Fazit: Wenngleich wir diesen Wert so nicht bestätigen können, hat uns dieser Motor bei gefahrenen 2.000 Kilometern mit einem durchschnittlichen Gesamtverbrauch von weniger als 7 l/100 km doch angenehm überrascht. *Günter Kohl*

Auch Oldtimer kann man leasen

Foto: Zukowsky

„Viele Kunden wissen nicht, dass sich Old- und Youngtimer genauso leasen lassen wie Neufahrzeuge. Einige Unternehmer-Kunden sind oft erstaunt, wenn sie von der Option des Oldtimer-Leasings hören,“ erklärt Sven Zukowsky, Inhaber von Classic Cars in Norddeutschland. Laut Zukowsky sind dabei nicht nur die Kosten für das „Traumauto“, sondern auch Wartungs- und Reparaturarbeiten absetzbar – jedenfalls für Selbstständige.

RECHT IM GESPRÄCH ▶

Rechtliche Fragen beherrschen unseren Alltag und auch das Miteinander im Berufsleben. Die Beziehungen zwischen Unternehmen stehen ebenso auf dem rechtlichen Prüfstand, wie die Vertragsverhältnisse zwischen Firmen und Verbrauchern.

Wir wollen helfen, mehr Licht in den Paragrafen-Dschungel zu bringen. Dazu geben wir Ihnen gerne die Gelegenheit, uns Fragen zu rechtlichen Problemen zu senden. Eine kurze Mail genügt. Wir werden jeden Monat ausgewählte Fragen veröffentlichen und beantworten oder zu aktuellen Themen Wissenswertes mitteilen.

Aber Achtung: *Es geht dabei nicht um eine individuelle rechtliche Beratung. Die erhalten Sie bei Ihren Rechtsanwälten vor Ort. Wir wollen vielmehr allgemeine rechtliche Tendenzen aufzeigen.*

Unser Leser Marco B. stellt die Frage, wie es sich eigentlich mit Bonuszahlungen des Arbeitgebers an die Arbeitnehmer des Betriebes verhält. Muss der Arbeitgeber diese Extrazahlungen immer leisten, wenn er einmal damit begonnen hat?

Dies ist ein schwieriges Thema und eröffnet ein weites Feld der juristischen Betrachtungsmöglichkeiten. Zunächst ist der Arbeitsvertrag entscheidend, und dabei kann es auf jedes Wort des Vertrages zu diesen Zusatzleistungen des Arbeitgebers ankommen.

Das Bundesarbeitsgericht (BAG) hat im März in einem Urteil (10 AZR 8/12) einige Hinweise gegeben, wie bei bestimmten Formulierungen im Arbeitsvertrag zu entscheiden ist. Im Ausgangsfall sah der Vertrag vor, dass der Arbeitgeber nach eigenem Ermessen aber unter Berücksichtigung der individuellen Zielerreichung, des Teamverhaltens und anderer Kriterien jährlich einen Leistungsbonus festlegt.

Als der Arbeitnehmer wegen einer Krise des Betriebes in einem Jahr keinen Bonus erhielt, klagte er. Das BAG wies die Klage ab. Der Bonusanspruch war nur dem Grunde nach vereinbart. Die Höhe war nicht abschließend festgelegt. Deshalb durfte der Arbeitgeber die Höhe bestimmen und dabei die Kriterien auch unterschiedlich gewichten. Da ein Mindestbonus nicht vereinbart war, konnte es bei Vorliegen besonders wichtiger Gründe gerechtfertigt sein, auch einmal keinen Bonus zu zahlen. Das BAG sieht darin auch keine unangemessene Benachteiligung des Arbeitnehmers, solange er eine angemessene Festvergütung erhält.

Ein ganz anderes Thema: Jeder, der Kinder hat, weiß, wie schwierig es ist, die lieben „Kleinen“ vor den Verlockungen des Internets, der Smartphones oder Notebooks zu schützen. Das Urheberrecht spielt dabei eine besondere Rolle, wenn es um Downloads oder Filesharing geht. Die Rechtsanwälte Manfred Wagner und Daniela Wagner LL.M. aus Saarbrücken, Mitglieder der Deutschen Anwalts- und Steuerberatervereinigung für die mittelständische Wirtschaft e.V., haben dies anhand einer Entscheidung des BGH (Urteil vom 15.11.2012 – I ZR 74/12) gut zusammengefasst:

Im Ausgangsfall hatten vier große Tonträgerhersteller gegen die Eltern eines 13-jährigen Jungen geklagt, der ohne deren Wissen verschiedene Musiktauschbörsenprogramme installiert hatte und die Musik dadurch für Nutzer zugänglich machte. Die Argumentation war, dass die Eltern ihre elterliche Aufsicht verletzt hätten.

Grundsätzlich bestehen zwei verschiedene Auffassungen, wie weit die elterliche Aufsichtspflicht bei der Kontrolle ihrer Kinder im Umgang mit dem Computer gehen muss. Der Umfang der Aufsichtspflicht richtet sich nach Alter, Eigenart und Charakter des Kindes und danach, was den Aufsichtspflichtigen zugemutet werden kann. Im Rahmen des § 83 BGB kommt es immer auf die Umstände des jeweiligen Einzelfalls an. Befolgt das Kind alle sonstigen Erziehungsmaßnahmen? Tritt es nicht in besonders auffallender Art und Weise aus der Reihe? Dann jedenfalls genügt eine Belehrung über die Gefahr von Rechtsverletzungen und ein entsprechendes Verbot, an solchen Tauschbörsen mitzuwirken.

Natürlich sollte hier nicht außer Acht gelassen werden, dass Kinder üblicherweise gerne mal ihre gebotenen Grenzen überschreiten. Trotzdem ist eine ständige Überwachung und eine teilweise Nutzungssperrung erst bei konkreten Anhaltspunkten für einen Verstoß gegen die auferlegten Regelungen von Nöten. Allein schon wegen § 1626 II 1 BGB, der besagt, dass Kinder selbstständig zu verantwortungsbewusstem Handeln herangezogen werden sollen.
Weiterhin führt der Senat an, dass das Berufungsgericht zu hohe Anforderungen an die Eltern stellt. Die Aufsichtspflicht ist dann erfüllt, wenn eine altersgemäße Belehrung erfolgt, wobei es einer Überprüfung nicht bedarf.

Fazit: Solange Eltern ihrer Aufsichtspflicht nachkommen, indem sie ihre Kinder altersgemäß belehren und ihnen die Verwendung von Tauschbörsenprogrammen untersagen, wird nach dieser Rechtsprechung die Haftung für die Kinder nunmehr wesentlich schwieriger zu begründen sein. Liegen konkrete Anhaltspunkte für eine Nutzung vor, so sind weitere Kontrollmaßnahmen zu ergreifen. Allerdings sollten Eltern auch weiterhin die Online-Aktivitäten ihrer Kinder stets im Auge behalten und sie über mögliche Gefahren und Rechtsverletzungen ausreichend belehren – auch zum Schutz der Kinder.

Schreiben Sie uns:
rechtsfragen@mitmagazin.com

Wolf-Dietrich Bartsch,
Rechtsanwalt und Notar,
stellt sich den Fragen
unserer Leser

BYE, BYE LASER!

WorkForce Pro Serie

Verabschieden Sie sich jetzt von Ihrem Laser. Die WorkForce Pro Serie ist sofort druckbereit und schnell. Dabei bietet sie bis zu 50 % niedrigere Seitenkosten und bis zu 80 % weniger Stromverbrauch als die meistverkauften Farblaserdrucker.* Der schnelle Duplexdruck und der saubere, einfache Wechsel der großen Tintentanks sorgen für zuverlässiges und effizientes Drucken im Büro.

Einzelheiten zu Vergleichsdaten finden Sie unter
www.epson.de/workforcepro

Schneller

50 % Bis zu 50 % niedrigere Kosten pro Seite

80 % Bis zu 80 % weniger Stromverbrauch

*Top 10 in relevanten Märkten und Zeiträumen; je nach Funktion unterschiedlich.

SPITZENTECHNIK FÜR UNTERNEHMEN

EPSON®
EXCEED YOUR VISION

An dieser Stelle haben die bisher bekannten Kandidaten für den MIT-Bundesvorsitz die Möglichkeit, sich vorzustellen. Bis zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe am 8. August waren keine weiteren Kandidaten bekannt. Der MIT-Bundesvorstand legt jedoch Wert auf die Feststellung, dass sich bis zur Eröffnung des betreffenden Wahlgangs auf der Bundesdelegiertenversammlung am 11./12. Oktober 2013 weitere Bewerber melden können.

Gereon Haumann, 47, Dipl.- Kaufmann
Landesvorsitzender MIT Rheinland-Pfalz

Familienvater, Unternehmer und ein Mann des Mittelstands. Der 47jährige gebürtige Kölner entwickelte in seiner Wahlheimat Horath aus einem kleinen Familienbetrieb in gemeinnütziger Trägerschaft ein mehrfach prämiertes 4* Familien-Hotel. Die Interessen dieser Branche vertritt er seit vier Jahren als Präsident des DEHOGA Rheinland-Pfalz und ist beim Bundesverband in Berlin als Schatzmeister aktiv.

Mit mehr als 20 Jahren erfolgreicher Führungsexpertise in Betrieben, Verbänden und in der Politik wurde der gelernte Diplom-Kaufmann einstimmig zum Landesvorsitzenden der MIT Rheinland-Pfalz gewählt und setzt sich seitdem für alle mittelständischen Unternehmen ein. Zudem ist Gereon Haumann seit 20 Jahren kommunalpolitisch für die CDU im Einsatz und engagiert sich in Aufsichtsgremien regionaler und überregionaler Institutionen, um auch dort dem Mittelstand eine kraftvolle Stimme zu verleihen; wie beispielsweise bei der Hotel- und Gastronomie-Kauf eG in Hannover.

Sein Ziel: „Die MIT engagiert sich dort, wo Unternehmer und Arbeitnehmer anpacken. Sie sorgen dafür, dass die breite Mitte unserer Gesellschaft ein sicheres und gutes Leben führen kann. Wer wirtschaftspolitisch nur an höhere Steuern und noch mehr Verordnungen denkt, ist auf dem Holzweg. Als MIT müssen wir mit klarer Sprache Alternativen deutlich machen und als eigenständiger Wegweiser im Entscheidungsraum von Politik und Wirtschaft auftreten. Dafür will ich für Sie, für uns alle anpacken!“
(Textlänge: 1.298 Zeichen)

Dr. Carsten Linnemann, MdB

Mit dem Mittelstand verhält es sich wie mit dem Bienenstich: je dicker der Pudding, desto besser. So wie die Füllung den Kuchen, so hält der Mittelstand unsere Gesellschaft zusammen.

Als gelernter Volkswirt, der in einem Familienbetrieb groß geworden ist, im Bereich Mittelstandsfinanzierung gearbeitet hat und seit 2009 den strukturstarken Wahlkreis Paderborn im Deutschen Bundestag vertritt, bin ich überzeugt: Diesem Land geht es nur dann gut, wenn es dem Mittelstand gut geht. Bloß wie lange noch?

Durch Überlegungen zur Einführung einer Frauenquote oder auch zur Abschaffung der Meisterpflicht gerät der Mittelstand immer wieder unter Druck. Das Verzögern wichtiger Entscheidungen bei Energie- und Eurofragen tragen ebenfalls zur Unsicherheit bei. Hier müssen wir korrigierend eingreifen. Als Abgeordneter will ich nicht nur auf der Tribüne stehen, sondern auf dem Platz auch Tore schießen.

Auf geht‘s!

Ihr Carsten Linnemann

www.carsten-linnemann.de

(Textlänge: 867 Zeichen)

Oswald Metzger, 58,
Freiberuflicher Publizist

Vor dem Verteilen steht das Verdienen! Seit vielen Jahren stehe ich für finanzpolitische Solidität und marktwirtschaftliche Positionen. Wir brauchen an der MIT-Spitze eine markante Persönlichkeit, die in der Union Respekt genießt und öffentliche Aufmerksamkeit erfährt.

Ich kenne den politischen Betrieb auf allen parlamentarischen Ebenen: dem Deutschen Bundestag wie dem Stuttgarter Landtag, aber auch aus der ehrenamtlichen Kommunalpolitik. Mehr als mein halbes Berufsleben bin ich selbstständig tätig. Innerhalb der MIT-Organisation engagiere ich mich als Co-Vorsitzender der Bundeskommission Steuern und Haushalt und als stellvertretender Bundesvorsitzender.

In rund 80 Veranstaltungen bei MIT-Gliederungen in ganz Deutschland habe ich in den vergangenen Jahren ebenso wie in unzähligen TV-Debatten und Zeitungskolumnen für mittelständische Themen geworben.

Ich freue mich über Ihre Unterstützung für unsere gemeinsame Sache.

Ihr Oswald Metzger

www.oswald-metzger.de

(Textlänge: 887 Zeichen)

* Der MIT-Bundesvorstand hat allen Kandidaten die gleiche Textlänge von 1.000 Zeichen zur Verfügung gestellt. Die Redaktion hat die einzelnen Texte an keiner Stelle verändert oder gekürzt.

Zukunft der Offshore-Windenergie

Die Kommission Energie und Umwelt unter dem Vorsitz des stellv. MIT-Bundesvorsitzenden Dieter Bischoff veranstaltete kürzlich zusammen mit der MIT Bremen eine Klausurtagung in Bremerhaven. Auf dem Programm standen u.a. ein Gespräch mit Jens Eckhoff (Senator a.D. und Präsident der Stiftung Offshore-Windenergie), eine Diskussion mit Ronny Meyer (Geschäftsführer der Windenergieagentur Bremen/Bremerhaven), ein Besuch bei der BGL Logistics Group und ein Unternehmensrundgang bei der AREVA Wind GmbH sowie eine Überfahrt nach Helgoland. Schwerpunkt der Diskussion waren u.a. die Fragestellungen, wie Offshore-Windenergie künftig subventionsfrei auf dem Energiemarkt bestehen und wie der erforderliche Netzanschluss geschaffen werden kann.

Der Dompteur aus Berlin

„Dompteur zu werden, war mein Lebenstraum. Heute bin ich Fraktionsvorsitzender - die Arbeit ist nicht unähnlich", so Volker Kauder, MdB und Fraktionsvorsitzender der CDU/CSU- Bundestagsfraktion anlässlich der 2. Stuttgarter Wirtschaftsgespräche der MIT Stuttgart. Mit deutlichen Worten machte er klar, dass Deutschland seine wirtschaftliche Situation innerhalb Europas nur dann halten kann, wenn es wettbewerbsfähig bleibt. „Weltweit leben derzeit 450 Mio. Europäer bei einer Gesamtbevölkerung von 7,5 Milliarden – wir sind da nicht automatisch der Nabel der Welt !", so Kauder. Kauder machte konkrete Aussagen hinsichtlich der Steuerentwicklung im Fall einer Wiederwahl: „mit der CDU/CSU wird es keine Steuererhöhungen geben."

Thüringer Mittelstandstag in Nordhausen

Die MIT Thüringen veranstaltete ihren Landesmittelstandstag im Audimax der Fachhochschule Nordhausen. Im ersten Teil ging der Landesvorsitzende Gerd Albrecht auf die Energiewende, die Debatte um den Mindestlohn und die Steuerpolitik von Rot-Grün ein. Im weiteren Veranstaltungsverlauf wurde über die Zukunft der Energiepolitik ausführlich diskutiert. Nach einer kurzen Einführung durch Heinz-Jürgen Kronberg als Vorsitzender der Landesfachkommission Energie & Nachhaltigkeit der MIT Thüringen fand eine Podiumsdiskussion statt. Zudem setzte sich die MIT Thüringen für die Berufung eines Thüringer Mittelstandsbeauftragten durch die Landesregierung ein.

Erfolg mit Sponsoring im Mittelstand

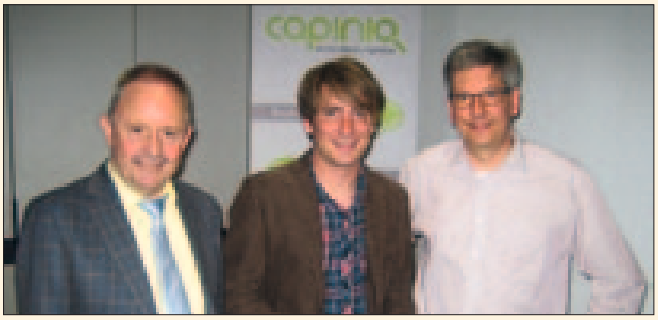
Mehr als 70 Teilnehmer aus Politik, Wirtschaft, und Verwaltung waren der Einladung der MIT in Jüchen, Korschenbroich und Grevenbroich zur Veranstaltung „Kultur und Sponsoring: wie Unternehmen profitieren" auf Schloss Dyck gefolgt. Die begeisterten Zuhörer lauschten interessiert den Berichten über das außergewöhnliche Engagement des Innenausbau-Unternehmers Ralph Hoppen (Deutscher Kulturförderpreis 2009), über die 2000 gestartete Initiative „Unternehmen Schule" der Firma 3M und die Aktivitäten des regionalen Versorgers NEW unter dem Motto „Wir kümmern uns". Neben Videobeiträgen präsentierten Anette Maiburg und Susanne Geer das Niederrhein Musikfestival und betonten die auf die Sponsoren unmittelbar abgestellten individuellen Konzepte. MIT-Mitglied und Bundestagsabgeordneter Ansgar Heveling brillierte in einem kurzweiligen Vortrag mit historischen Bezügen über das Verhältnis von Kunst, Kultur und Geld.

Mittelstand leistet wichtigen Beitrag für die Kultur (v.l.n.r.): Stephen Haines (MIT Grevenbroich), Robert Jordan, Anette van Dorp und Dr. Jens Hartmann (MIT-Kreisvorsitzender Rhein-Kreis Neuss)

← Politik und Mittelstand im Gespräch (v.l.n.r.): Roland Bleinroth, Dr.Stefan Kaufmann, Volker Kauder MdB, Karin Maag, der MIT-Kreisvorsitzende Dr. Carl-Christian Vetter und Ulrich Kromer

Social Media – ein Muss für jedes Unternehmen?

Der MIT-Kreisverband Rhein-Sieg diskutierte die Bedeutung sozialer Medien im Internet für mittelständische Unternehmen, Selbstständige und Freiberufler in dem Gründer- und Technologiezentrum (GTZ). „Die Frage, ob man in den Social Media vertreten sein muss, stellt sich so gar nicht. Egal, ob man dabei ist oder nicht – es wird ohnehin über einen geredet“, schrieb Daniel Schößler, Geschäftsführer der capinio GmbH aus Köln und Referent des Abends, den Anwesenden ins Stammbuch. Mit Tipps und Ratschlägen rund um den proaktiven Einstieg in Social Media-Aktivitäten sowie einer Reihe erfolgreicher Beispiele aus der Region schloss der Referent seinen interessanten Vortrag ab.



Nahmen sich des Themas Soziale Medien an (v.l.n.r.): Fred Bongartz, Daniel Schößler und Stefan Lütke

Mittelständler loben hohe Braukunst

Groß war das Interesse der Mitglieder der MIT Wolfenbüttel an der Einladung des MIT-Vorsitzenden Holger Bormann ins Hofbrauhaus Wolters. Der Geschäftsführer Hans-Bernd de Wall führte die rund 50 Teilnehmer durch die Braustätte. 2006 wurde das Hofbrauhaus Wolters wieder eine Privatbrauerei und hat derzeit 120 Mitarbeiter. Das Unternehmen hat jährlich über zwei Millionen Euro in Technik investiert. Die Unternehmensdaten unterstreichen die hohe Bedeutung von Wolters als Wirtschaftsfaktor in Braunschweig.

MIT Wolfenbüttel besuchte das traditionsreiche Hofbrauhaus Wolters

Mehr Gelassenheit in der Politik

„Was für ein schöner Tag“, mit diesem Zitat von Bundespräsident Joachim Gauck eröffnete Ehrengast Wolfgang Bosbach MdB seine Rede in Neukirchen-Vluyn. 190 Gäste waren zum 12. Politischen Frühstück der MIT gekommen. Nach der Begrüßung und einem kräftigen Frühstücksbuffet freute sich der MIT-Bezirksvorsitzende Michael Darda über die große Resonanz der Veranstaltung unter dem Titel: „Deutschland hat die Wahl“. Wolfgang Bosbach sei ein Beispiel für eine authentische Politik. „So nett begrüßt zu werden und das auch noch in der eigenen Partei“, freute sich Bosbach. In seinem Vortrag entwarf er sein Bild der inneren und der äußeren Situation der Partei und Deutschlands.

Michael Darda (Foto links) und Wolfgang Bosbach, MdB, waren sich einig: Nicht jedes Problem ist eine Katastrophe. Die Politik braucht etwas mehr Gelassenheit

MIT und MU in den sozialen Netzwerken

MIT

Internet: www.mittelstand-deutschland.de
facebook: www.facebook.com/MITbund
youtube: www.youtube.com/MITpodcast
twitter: www.twitter.com/MIT_bund
flickr: www.flickr.com/mit-bundesgeschaeftsstelle

MU

Internet: www.mu-bayern.de
facebook: www.facebook.com/mittelstandsunion
xing: www.xing.com/net/muby
flickr: www.flickr.com/photos/mu-bayern

„Gemeinsam erfolgreich für Deutschland". CDU und CSU setzen sich für eine starke Wirtschaft in Deutschland ein. Bundeskanzlerin Angela Merkel und Hans Michelbach

Bayerische Landtagswahl am 15., Bundestags- und Hessenwahl am 22. September

MITTELSTAND AM SCHEIDEWEG

Von Hans Michelbach, MdB

Dieser September entscheidet über Deutschlands Zukunft. Bleibt unser Land auf dem erfolgreichen Kurs der Sozialen Marktwirtschaft für mehr Wachstum und Arbeitsplätze, dem Kurs der Stabilität, der Konsolidierung und des Fortschritts - oder zwingt Rot-Grün dem Land sein Programm der Diskriminierung von Leistung durch höhere Steuern und Abgaben, für mehr Staatsverschuldung und mehr Arbeitslosigkeit auf. Der 15. September in Bayern und der 22. September in Hessen und im Bund sind Schicksalswahlen. Der Mittelstand steht am Scheideweg.

Deutschland und Europa haben schwierige Jahre hinter sich. Die Weltfinanz- und Wirtschaftskrise und die Staatsschuldenkrise in den südlichen Euro-Ländern haben die Tagesordnung der Politik öfter bestimmt als uns allen lieb sein kann. Die Erfolge der Kraftanstrengungen können sich sehen lassen. Die Krise ist weitgehend eingedämmt. Deutschland ist Zugpferd und Stabilitätsanker in Europa.

Solide Finanzen sind unser Markenzeichen

Die Union steht für solide Finanzen. Bayern hat zum achten Mal in Folge einen ausgeglichenen Haushalt ohne Neuverschuldung vorgelegt. Und Bayern setzt neue Maßstäbe: schuldenfrei bis 2030. Das sind neue Dimensionen in solider Finanzpolitik. Im Bund wird die im Grundgesetz verankerte Schuldenbremse bereits in diesem Jahr verwirklicht — drei Jahre früher als geplant. 2014 werden wir einen Bundeshaushalt ohne strukturelles Defizit haben und 2015 nach Jahrzehnten wieder einen Überschuss im Haushalt ausweisen. Diese Konsolidierung der Staatsfinanzen ist ein wichtiger Beitrag für eine stabile wirtschaftliche Entwicklung.

Nicht nur Licht nach vier Jahren bürgerlicher Bundesregierung

Die Bewältigung der Krisen hat viele Kräfte gebunden - Kräfte, die gelegentlich für notwendige Reformen fehlten. Die politische Bilanz der vergangenen vier, fünf Jahre zeigt deshalb nicht nur Licht, sondern auch Schatten.

Zu den Schatten gehören die Strompreise. Sie laufen massiv aus dem Ruder, weil sich das rot-grüne Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) als gefährliche Fehlkonstruktion erweist und der Bundesrat notwendige Korrekturen blockiert.

Da ist es zwar eine gute Nachricht für die Unternehmen, dass der Spitzenausgleich in der Energie- und Stromsteuer fortgeführt wird. Aber das kann nicht die Lösung sein. Dieses EEG muss weg, sonst erwürgt es unsere Wirtschaft.
Immer wieder erleben wir auch Versuche des Staates, gesellschaftspolitische Vorstellungen durch drastische Eingriffe in die unternehmerische Selbstbestimmung zu erzwingen, wie etwa die Forderung nach einer Frauenquote oder der Altersvorsorgepflicht für Selbstständige. Das muss aufhören!

Erfolge für den Mittelstand

Das alles bedeutet nicht, dass der Mittelstand nur Grund zur Klage hätte. Im Gegenteil: Angesichts der alles dominierenden Staatsschuldenkrise ist viel für den Mittelstand erreicht worden. Wir – die in der Politik engagierten Mittelständler – waren erfolgreich, weil wir nicht aufgegeben haben.

Mit der Änderung der Erbschaftsteuer wurde bei mittelständischen Betrieben der Übergang auf die nächsten Generationen deutlich erleichtert. Die finanziellen Risiken bei der Betriebsnachfolge wurden verkleinert und so Arbeitsplätze gesichert. Die Festlegung einer einheitlichen Ist-Besteuerung beim Umsatz in Höhe von 500.000 Euro, einer Erleichterung der steuerlichen Geltendmachung von Kreditzinsen und der Erweiterungen von Abschreibungsmöglichkeiten, haben die Verfügbarkeit von finanziellen Mitteln bei den Unternehmen verbessert. Auch die Anhebung des Höchstbetrags beim Verlustrücktrag im Einkommensteuerrecht ist ein Beispiel für das Erreichte.

Senkung von Abgaben vorangetrieben

Oft war es eine Vielzahl kleiner Schritte, die unter dem Strich große Wirkung entfaltet hat. Bestes Beispiel dafür ist die Senkung der Beitragssätze zur Arbeitslosen- und Rentenversicherung. Der große Entlastungsschritt um 0,7 Prozentpunkte auf 18,9 Prozent zum Jahresbeginn 2013 und eine Reduzierung um vermutlich weitere 0,5 Prozentpunkte zum Jahresbeginn 2014 in der Rentenversicherung sind auch ein Beleg für die erfolgreiche Wirtschaftspolitik der unionsgeführten Bundesregierung.

Aber das ist auch eine beträchtliche Leistung des Mittelstandes. Denn das deutsche „Jobwunder“, von dem international immer wieder – manchmal auch neidvoll – gesprochen wird, ist ein Jobwunder des Mittelstandes. Während die meisten großen Konzerne ihr Heil weiter im Personalabbau sahen, hat der Mittelstand neue Arbeitsplätze geschaffen.

Bürokratieabbau konsequenter betreiben

Ein Feld immer währenden Kampfes dürfte der Bürokratieabbau bleiben. Zwar wurden in der zu Ende gehenden Legislaturperiode mehr als 400 Maßnahmen zum Bürokratieabbau auf den Weg gebracht. Aber es bleibt noch viel zu tun: Die weitere Verkürzung der Aufbewahrungsfrist auf fünf Jahre oder die Rücknahme der Vorfälligkeit der Sozialversicherungsbeiträge sind nur zwei Beispiele, die dringend umgesetzt werden müssen Geplante und bestehende Regelungen müssen verstärkt auf Bürokratielasten für den Mittelstand geprüft werden. Um auf EU-Ebene immer neue Bürokratiemonster zu verhindern, ist die Durchsetzung eines konsequenten Bürokratieabbaus auf europäischer Ebene für die Zukunft von herausragender Bedeutung.

Mit uns gibt es keine Steuererhöhungen

In den nächsten Jahren werden die Herausforderungen nicht geringer werden. Schon deshalb wären Steuererhöhungen Gift für unsere Wirtschaft und Arbeitsplätze. Sie wären aber ungerecht, denn damit würde Leistung bestraft. Hier liegt der entscheidende Unterschied zu Rot-Grün, die leistungsbereiten Bürgerinnen und Bürger mit massiven Steuer- und Abgabenerhöhungen tief in die Tasche greifen wollen, deren Steuerpläne die Unternehmenssubstanz angreifen und die Fähigkeit der Firmen zu Innovationen und zur Schaffung neue Arbeitsplätze untergraben. Eine Enteignung des Mittelstands muss verhindert werden.

Grob geschätzt stehen mit Rot-Grün die Existenz von 1,4 Millionen Jobs und hunderttausender mittelständischer Unternehmern auf dem Spiel. Der Weg zu Rekordarbeitslosigkeit und Rezession wäre damit vorgezeichnet.

Um die Herausforderungen bewältigen zu können, brauchen wir weiter einen Dreiklang aus Konsolidieren, Investieren und Entlastung. Deshalb ist das Versprechen von CDU und CSU von entscheidender Bedeutung: Mit uns gibt keine Steuererhöhungen.
Mit der „Hightech-Strategie 2020“ sollen bessere Rahmenbedingungen für eine stärkere Innovationsfähigkeit geschaffen werden. Die CSU will zudem in Bayern in der nächsten Legislaturperiode eine Milliarde Euro in die Digitalisierung des Landes stecken. Bis 2018 soll ganz Bayern flächendeckend mit Hochgeschwindigkeitsinternet ausgestattet werden und dann eine der führenden digitalen Regionen weltweit sein.

Die Union darf sich nicht auf dem Erreichten ausruhen — und erst recht nicht MIT und MU. Der Parlamentskreis Mittelstand im Bundestag und im bayerischen Landtag müssen noch stärker zu einer Bastion der Mittelstandsinteressen ausgebaut werden. Sie müssen noch vehementer als bisher ihr Stimmengewicht für die Durchsetzung von Mittelstandsforderungen und zur Abwehr von Belastungen nutzen. Die Neuwahl des MIT-Vorstandes im Oktober und die Koalitionsverhandlungen nach der Bundestagswahl geben dem Mittelstand in der Union eine zusätzliche Chance, die Vertretung mittelständischer Interessen besser zu verzahnen und sich damit noch schlagkräftiger aufzustellen.

Es bleibt viel zu tun

Wir werden diese gebündelte Kraft benötigen, denn es wird viel Kraft kosten, unser Land in den nächsten Jahren auf Wachstumskurs zu halten. Und wir müssen darüber wachen, dass die Union nicht vom Kurs der sozialen Marktwirtschaft abkommt. Leistung muss sich weiter lohnen. Der erste Schritt auf diesem Weg, ist ein klarer Sieg der Union – und mit ihr der bürgerlichen Kräfte - bei den anstehenden Bundestags- und Landtagswahlen. Dafür müssen wir – die Mittelständler in der Union – uns stark machen.

Kämpfen Sie vor Ort und in Ihren Unternehmen dafür, dass wir nach den bayerischen Landtagswahlen am 15. September und nach der Bundestagswahl und der Landtagswahl in Hessen am 22. September mit einer klaren Mehrheit mittelstandsfreundliche Politik gestalten können. Überzeugen Sie jene, die 2009 nicht zur Bundestagswahl gegangen sind, dass Nicht-Wählen nur den Linken nützt. Beide Stimmen für CDU oder CSU bedeuten Zukunftssicherung.

WÄHLEN GEHEN

MU und MIT haben mit ihrem Eintreten für die Belange des Mittelstandes ihren Anteil zum Stimmungswandel beigetragen. Dennoch darf nicht übersehen werden, dass bei der Bundestagswahl vor vier Jahren erhebliche Teile des Mittelstandes und der Mittelschicht aus Unmut über den Kurs der großen Koalition der Wahl fern geblieben sind.

NAMEN SIND NACHRICHTEN

MIT Hessen

Der Arbeitskreis „Erneuerbare Energien“ der MIT Hessen unter dem Vorsitz von Edwin Balzter hatte zu einer Besichtigungstour der Produktionsstätten der „BioWärmeRhön“ mit den Schwerpunkten Hackschnitzeltrocknung, Hackschnitzelaufbereitung und Fernheizwerk eingeladen. Geschäftsführer Dominic Hess informierte über das im Jahr 2005 für den Bereich der Holzbrennstoffe gegründete Unternehmen.

MIT Flensburg

Die MIT Flensburg hat Thomas Dethlefsen als neuen Vorsitzenden gewählt. Den Vorstand komplettieren Dr. Christian Jaekel als Stellvertreter, Dr. Lars Jensen-Nissen als Schatzmeister und Finn Witt als Beisitzer.

MIT Freiburg

Bei der Mitgliederversammlung der MIT Freiburg wurde der 41-jährige Martin Braun zum neuen Vorsitzenden gewählt. Er folgt auf den scheidenden Franz Ritter. In den Stellvertreterpositionen wurden Ruth Baumann und Brigitta Luhr bestätigt. Ebenfalls im Amt geblieben sind Erhard Kollinger (Schatzmeister), Dr. Rudolf Luhr (Schriftführer) und Herbert Tombreul sowie Joachim Ullrich als Kassenprüfer. Als Beisitzer komplettieren den Vorstand Mathias Biesel, Dr. Klaus Eschenburg, Claudia Faber, Rolf Grohmann, Hanspeter Gronewald, Dr. Rainer Hemann, Wolfgang Lorenz, Erik Pauly, Franz Ritter, Gerd Schaller und Peter Tremmel.

Dynamisch ans Werk:
der neue MIT-Vorsitzende in Freiburg,
Martin Braun

MIT Ludwigsburg

Wertvolle Einblicke in die Zukunft der Müllverwertung erhielt die MIT Ludwigsburg bei einem Besuch des Abfallentsorgers Kurz Recycling. Der Einladung des MIT-Kreisvorsitzenden Armin Maschke waren über 50 Gäste gefolgt. Vor Ort wurden sie vom Geschäftsführer Peter Kurz begrüßt und detailliert über die aktuellen und künftigen Möglichkeiten der Müllverwertung informiert.

MIT Kreis Konstanz

Die MIT Konstanz hat neu gewählt. Der MIT-Vorsitzende Peter Ibbeken und seine drei Stellvertreter Klaus Bach, Wolfgang Buch und Wolfgang Flick wurden mit 100 Prozent der Stimmen bestätigt. Zudem wurde der gesamte bisherige Vorstand mit Mehrheit wiedergewählt. Neu als Beisitzer im Kreisvorstand sind Georg Hund, Max Porzig, Hans-Peter Rothacher und Roland Rued.

Der neue Vorstand der MIT Konstanz

Anzeige

BAUSTELLE BERLIN

Liebe MIT-Streiter,

in diesen Tagen gilt es, Bilanz zu ziehen - knapp drei Wochen vor der Bundestagswahl.

Was hat Schwarz-Gelb zwischen 2009 und heute geschafft, was ist liegen geblieben? Umgesetzt wurden vor allem folgende Ziele - die für uns Mittelständler besonders wichtig sind:

Wirtschaft

Lohnkosten liegen wieder unter 39,5 %, Wirtschaftsleistung wächst überraschend deutlich um 0,7 Prozent, Beschäftigung bleibt auf Rekordniveau - Arbeitslosenzahl deutlich unter drei Millionen

Steuern

Die angekündigte Steuerentlastung von Schwarz-Gelb von bis zu 24 Milliarden pro Jahr blieb leider aus. Die Reform von Umsatz- und Gewerbesteuer wurde verfehlt. Das „Gesetz zum Abbau der kalten Progression“ (Volumen 6 Milliarden) scheiterte am rot-grün dominierten Bundesrat. Positiv umgesetzt wurden die gesetzlich vorgeschriebenen Anhebungen von Steuerfreibeträgen und Kindergeld!

Haushalt

Wegen der Finanz- und Konjunkturkrise plante Schwarz-Gelb für 2010 bereits anfangs 80,2 Milliarden Euro neue Kredite ein, tatsächlich wurden benötigt 44 Milliarden, und 2014 will Schwarz-Gelb sogar nur 6,2 Milliarden Euro Schulden machen. Dies alles wurde nur ermöglicht durch Rekord-Steuereinnahmen und den stärkste Wirtschaftsaufschwung seit der Wiedervereinigung!

Euro

Dass der Euro seine Zerreißprobe in der Schuldenkrise bislang bestanden hat - muss man sicherlich in einem besonderen Maße unserer Kanzlerin Angela Merkel und der sie tragenden Koalition von Schwarz/Gelb zugestehen. Die angeschlagenen EU-Länder müssen sich weiterhin sehr schmerzhaften Reform- und auch Sparzwängen unterziehen!

Gesundheit

Die Praxisgebühr wurde abgeschafft! Die Pharmafirmen wurden mit Zwangsrabatten belegt, zudem dürfen die Konzerne den Medikamentenpreis nun nicht mehr selbst festlegen und müssen ihn mit den Krankenkassen aushandeln! Unsere schwarz-gelbe Koalition ging zudem mit einem Gesetz gegen den Ärztemangel auf dem Lande vor!
Was ist nun in wenigen Tagen zu erwarten? Ich hoffe, dass die christlich-liberale Koalition fortgesetzt werden kann! Die Alternative heißt Rot-Rot-Grün! Das Rennen ist noch lange nicht gelaufen – demoskopisch liegen Union und FDP Kopf an Kopf mit SPD, Grünen und Linken. Und das bei einer Fehlertoleranz von rund drei Prozentpunkten. Lassen wir uns also nicht einlullen – es kommt auf jede Stimme an, auch wenn manch einer dieser Satz für abgedroschen hält!

Apropos Wahlkampf: Das ist wieder die Zeit, in der wir viele Politikerköpfe an der Straße hängen sehen. Mich grüßt seit Wochen vor meiner Baustelle eine SPD-Dame namens Högl. Ich weiß gar nicht was Sie macht…! Steinbrück hingegen sieht man kaum. Wie auch – schließlich plakatiert die SPD ja nur unsere Kanzlerin!

baustelle@mittelstand-deutschland.de

Hier schreibt MIT-Hauptgeschäftsführer Hans-Dieter Lehnen

IMPRESSUM Mittelstands Magazin

Herausgeber
Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU, vertreten durch den Bundesvorsitzenden Dr. Josef Schlarmann und den Hauptgeschäftsführer Hans-Dieter Lehnen, Charitéstraße 5, 10117 Berlin

Verlag
GK MittelstandsMagazin Verlag GmbH
Geschäftsführer Günter F. Kohl
Gärtnerkoppel 3
24259 Westensee
Telefax: 04305 / 992 993
E-Mail: info@mitmagazin.com
www.mitmagazin.com

Chefredakteur
Günter F. Kohl (G.K.)
E-Mail: gk@mitmagazin.com

MIT-Inside
Astrid Jantz (aj)
Telefon: 0 30/22 07 98-16, Telefax: 22 07 98-22
E-Mail: jantz@mittelstand-deutschland.de

Redaktion Recht
Wolf-Dietrich Bartsch, Rechtsanwalt und Notar
rechtsfragen@mitmagazin.com

Titelfoto
Pitopia

Anzeigen
GK MittelstandsMagazin Verlag GmbH
Gärtnerkoppel 3, 24259 Westensee
Brigitte Kohl
Telefon: 04305 / 992 992, Fax 04305 / 992 993
E-Mail: anzeigen@mitmagazin.com

Anzeigenverkauf
Nielsen I, II, VI , VII
Verlagsvertretung Getz
Telefon: 02205 /8 61 79, Fax 02205 /8 56 09

Nielsen III a, III b, IV, V
KDH Medienservice
Karin Dommermuth-Hoffmann
Tel. 0261/394 953 36, Fax 0261/394 953 37

Satz und Layout
Walter Katofsky, Kiel
Telefon: 0431/ 54 22 44, Telefax: 0431/ 260 35 66
E-Mail: wk@mitmagazin.com

Druck
CW Niemeyer Druck GmbH
Böcklerstraße 13, 31789 Hameln

Bezugsbedingungen
MIT MittelstandsMagazin erscheint zehnmal jährlich.

Die Kündigung des Abonnements ist jeweils mit einer Frist von sechs Wochen zum Jahresende möglich. Für Mitglieder der Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU ist der Bezug des MIT-Magazins im Mitgliedsbeitrag enthalten.
Bei Nichterscheinen infolge höherer Gewalt besteht kein Anspruch auf Schadensersatz.

ISSN 0932-3325

Copyright für den gesamten Inhalt:
GK Mittelstands Magazin Verlag GmbH, Nachdrucke und Internet-Links nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages. Verstöße dagegen sind Urheberrechtsverletzungen und lösen Schadenersatzforderungen aus.

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW)

Kennen Sie einen besseren Navigator?

Neues Verteilgebiet Pfalz ab 7.9. – mit bis zu 420.000 Haushalten

Deutsche Post DHL – The Mail & Logistics Group

EINKAUFAKTUELL

Wir bringen Ihre Kunden ans Ziel!

Denn mit Einkaufaktuell können Sie jede Woche bis zu ca. 19,55 Mio. Haushalte erreichen.* Werben Sie gezielt regional, deutschlandweit in 24 Ballungsräumen oder online auf einkaufaktuell.de.

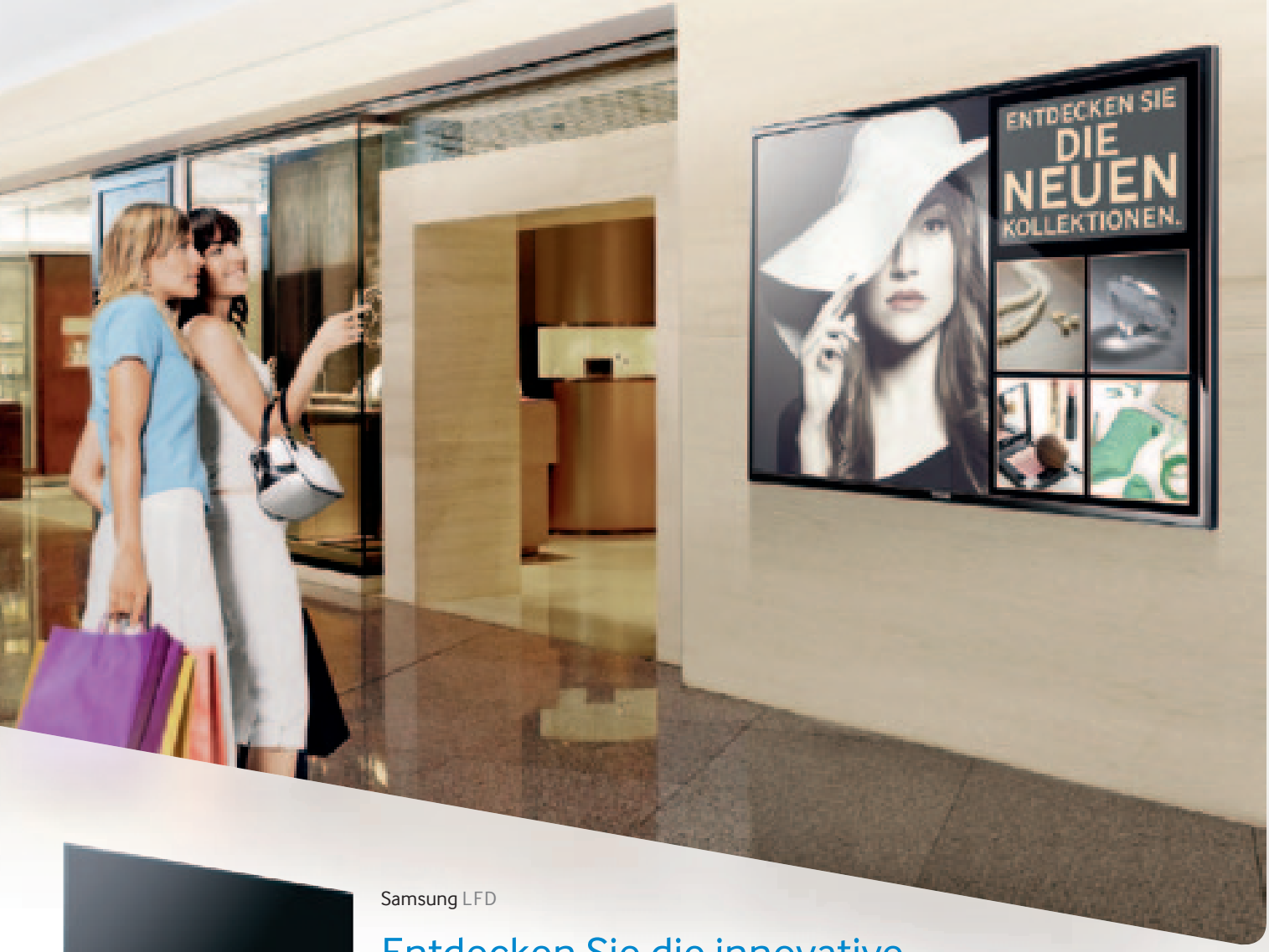
Sprechen Sie uns einfach an:
Verena Pfarrer, Tel.: 0228 182-96315,
E-Mail: Verena.Pfarrer@deutschepost.de
www.deutschepost.de/einkaufaktuell

*Werbeverweigerer ausgenommen. Bei Belegung mit einer Beilage behalten wir uns in einzelnen Zustellbezirken die Beigabe des Trägermediums in Folie vor.

Deutsche Post

Mit wenig Aufwand viele Kunden begeistern.

SAMSUNG SMART SIGNAGE PLATFORM



Samsung LFD

Entdecken Sie die innovative Samsung Smart Signage Platform für Ihr Unternehmen.

Unschlagbare Gesamtkosten

Samsung bietet als erster Hersteller Large-Format-Displays mit integriertem Mediaplayer an. Die sofort einsatzfähige All-in-one-Lösung wird vom Anwender eigenständig mit nur zwei Kabeln installiert. Dank der Plug-&-Play-Funktion ist das System intuitiv bedienbar und Werbebotschaften lassen sich bequem verwalten. Durch die integrierte Systemarchitektur reduzieren sich die Kosten für Anschaffung, Installation und laufenden Betrieb.[1]

Vielseitige Anwendungsmöglichkeiten

Die innovativen Displays von Samsung sind flexibel und problemlos für verschiedenste Aufgaben nutzbar. Ob im Handel, in der Gastronomie oder in Hotels, im Transportwesen oder in Unternehmen: Die Samsung Smart Signage Platform ermöglicht es allen Anwendern, dynamische und zielgruppengerechte Werbebotschaften zu präsentieren – und auf diese Weise neue Kaufanreize und Kundenerlebnisse zu schaffen. Erfahren Sie jetzt mehr unter **lfd.samsung.de**

[1] Entfall der Kosten für einen externen Mediaplayer. Geringerer Aufwand bei der Installation am POS, da nur ein Gerät zum Einsatz kommt. Durch die ideale Abstimmung von Display und integriertem Mediaplayer arbeitet die All-in-one-Lösung effizienter als wenn externe Medienzuspielgeräte zum Einsatz kommen.

SAMSUNG