



Hype oder Hilfe?

Die App Clubhouse ist in aller Munde. Jan Voges hat schon Erfahrungen mit der App gesammelt. **Seite 3**

Foto: Alexander Rathis - stockadobe.com | Jan Voges GmbH

Wir sind der Versicherungspartner fürs Handwerk.

Infos unter www.signal-iduna.de

SIGNAL IDUNA
gut zu wissen

WEITERE THEMEN



Verträge richtig formulieren

So regeln Sie Preissteigerungen mit Kunden richtig. **Seite 2**

Mitarbeiter stärken

Mit klarer Kommunikation Unsicherheiten entgegenwirken **Seite 6**

Weltweit im Einsatz

Dennis Backer hat seine Erfüllung im Orgelbau gefunden. **Seite 15**

INFOKANÄLE

App „Handwerk“
Die Welt des Handwerks bewegt sich natürlich auch nach dem Redaktionsschluss weiter. Mit unserer App bleiben Sie auf dem Laufenden. Kostenlos zu haben ist sie im App Store oder bei Google Play.



Wir sind auch online unter www.hwk-aurich.de und auf Facebook, Twitter und Instagram für Sie da.

Hier könnte Ihr Name stehen.

Abonnieren Sie das „Norddeutsche Handwerk“.

Sie erreichen uns unter
Telefon: 0511 85 50-24 22
Telefax: 0511 85 50-24 05

E-Mail:
vertrieb@schluetersche.de

Internet:
www.norddeutsches-handwerk.de



Foto: Fliesenlegermeister Johannes Munkel

Meister erreicht Millionen

Bei Instagram zeigt Fliesenlegermeister Johannes Munkel seinen Arbeitsalltag und begeistert.

Sein bislang erfolgreichster Post ist ein knapp 30 Sekunden langes Baustellenvideo. Rund 18 Millionen Menschen aus aller Welt haben es gesehen. Auch sonst läuft es gut für den Unternehmer aus dem hessischen Hünfeld. Binnen eines halben Jahres hat er die Zahl seiner Abonnenten vervielfacht und erreicht mittlerweile regelmäßig 48.000 Abonnenten. Für seine Posts erhält der Meister aber nicht nur zahlreiche Likes, sondern auch Kundenanfragen aus der ganzen Republik und Bewerbungen. Hinter dem Erfolg steckt viel Arbeit. Munkel setzt unter anderem auf eine eigene Bildsprache, regelmäßige Posts, und Hashtags.

Lesen Sie die Reichweiten-Tipps des Meisters auf Seite 5.

Konflikte mit Kunden lösen

Die Verbraucherschlichtung gibt es seit 2016, genutzt wird sie bisher selten. Handwerksbetriebe haben mit dem Vermittlungsverfahren bei ihrer Kammer eine Alternative. Ein Erfahrungsbericht.

Konflikte mit Kunden kommen immer mal wieder vor: „In solchen Fällen versuchen wir, uns gemeinsam an einen Tisch zu setzen und eine Lösung zu finden“, sagt Petra Reupke vom SHK-Betrieb Frank Reupke in Garbsen. Doch sie weiß, das gelingt nicht immer. Ein Streit muss aber nicht vor Gericht enden, denn es gibt Verfahren zur außergerichtlichen Streitbeilegung wie die Verbraucherschlichtung. Verbraucher, die einen Konflikt mit einem Unternehmen haben, können seit 2016 bei der Universalschlichtungsstelle des Bundes in Kehl ein Schlichtungsverfahren beantragen. Doch werden die genutzt? „Bislang wollte keiner unserer Kunden ein solches Verfahren“, sagt Reupke.

Laut einem Gutachten des Bundesjustizministeriums haben seit 2016 insgesamt 7.495 Verbraucher ein Verfahren bei der Schlichtungsstelle in Kehl beantragt. Nur in einem Prozent der Fälle wurde das Verfahren vollständig durchgeführt. Laut Gutachten liegt das vor allem daran, dass sich Unternehmen nicht an dem Verfahren beteiligen – meist wegen der Gebührenpflicht. Denn die Kosten für die Verfahren tragen die Betriebe. Je nach Streitwert sind das 40 bis

800 Euro. Sören Janke von der Handwerkskammer Braunschweig-Lüneburg-Stade sieht noch einen weiteren Grund, warum die Verbraucherschlichtung wenig Zuspruch erhält: „Es gab schon vor Einführung der Verbraucherschlichtung außergerichtliche Verfahren zur Streitbeilegung“, sagt er. Zum Beispiel die Vermittlungs- beziehungsweise Güteverfahren bei den Handwerkskammern.

So funktionieren die Vermittlungsverfahren

Bei Meinungsverschiedenheiten können sich sowohl Handwerker als auch deren Kunden an die Kammer wenden. „In etwa drei Viertel der Fälle sind es die Verbraucher, die sich zuerst bei uns melden“, sagt Janke, der in Lüneburg die Vermittlungsstelle leitet.

2020 sind insgesamt rund 1.000 Anrufe dort eingegangen. Doch nicht jeder Anruf mündet in einem Verfahren. In vielen Fällen hilft dem Juristen zufolge schon ein erörterndes Gespräch: „Wir lassen uns im Erstgespräch die jeweiligen Beschwerdepunkte genau erläutern. Bei konkreten Nachfragen erledigen sich schon viele Beschwerdepunkte.“ Um doch ein Verfahren in Gang zu setzen, muss der Anrufer seinen



Ich kann mir gut vorstellen, noch einmal an einem Güteverfahren teilzunehmen.

Petra Reupke,
Unternehmerfrau

Fall zunächst schriftlich schildern und alle relevanten Unterlagen zur Verfügung stellen. Die Kammer prüft dann, ob sich der Fall für das Verfahren eignet. Wenn ja, gehen die gesamten Unterlagen an die Gegenseite, damit diese dazu freiwillig schriftlich Stellung nehmen kann.

„Wie es nach der Gegenstellungnahme weitergeht, hängt vom Einzelfall ab“, sagt Janke. Mal unterbreitet die Kammer einen Einigungsvorschlag, mal akzeptiert eine der Streitparteien den Lösungsvorschlag der anderen und mal liegen die Vorstellungen einfach zu weit auseinander. „Das Ziel des Verfahrens ist, eine gütliche Einigung herbeizuführen“, so der Jurist. In Lüneburg ist das 2020 bei etwa einem Drittel der 150 Verfahren gelungen.

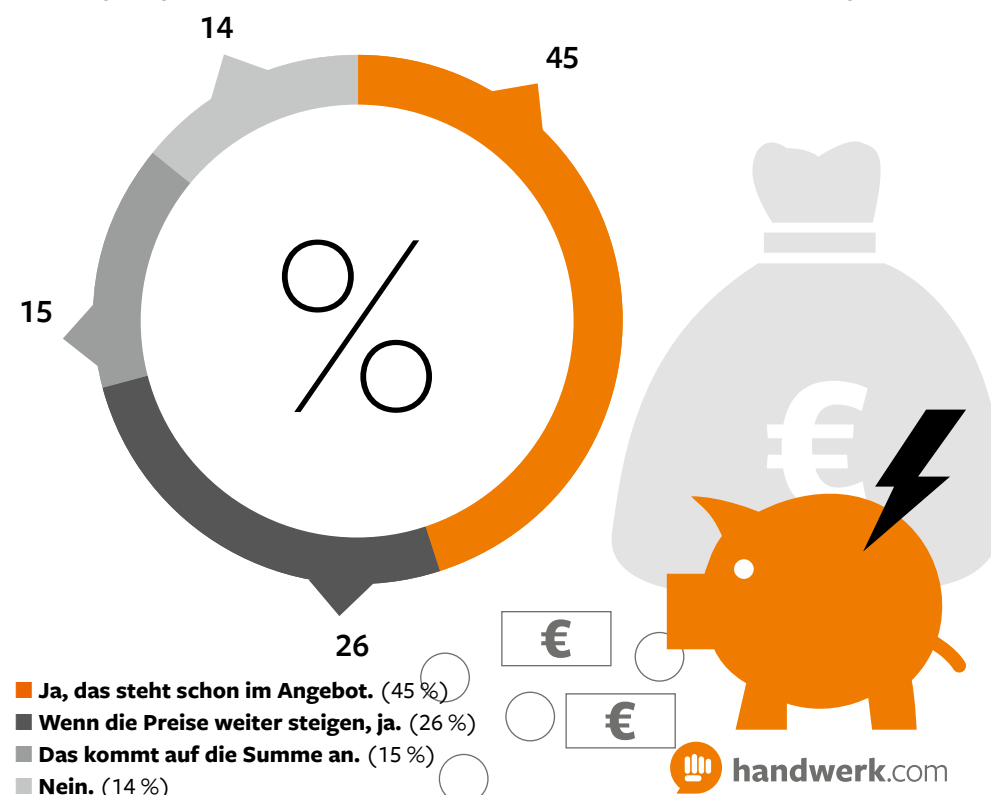
Petra Reupke hatte bereits ein Güteverfahren bei der Handwerkskammer Hannover, ein Kunde hatte darauf bestanden. „Die Kammer hat sich beide Seiten angehört, um den Sachverhalt zu klären und ein gutes Ergebnis herbeizuführen“, berichtet sie. Das Ergebnis hat die Unternehmerfrau überzeugt: „Ich würde das bei Problemen mit Kunden wieder machen.“

ANNA-MAJA LEUPOLD

UMFRAGE

Geben Sie gestiegene Baustoffpreise weiter?

Die Preise für Baustoffe wie Stahl, Holz oder Dämmmaterialien sind stark gestiegen. Geben Sie Preissteigerungen an Kunden weiter? So haben unsere Leser auf handwerk.com abgestimmt.



Arbeitgeber darf Kurzarbeit nicht einseitig anordnen

Kurzarbeit ist ein wichtiges Instrument in der Corona-Krise. Doch es gibt klare Regeln, stellte ein Gericht jetzt klar.

In der Corona-Krise ist Kurzarbeit für viele Betriebe eine gute Möglichkeit, bei Umsatzausfällen Personalkosten zu sparen, ohne die Mitarbeiter entlassen zu müssen. Allerdings ist dieses Werkzeug an Bedingungen geknüpft, stellte jetzt das Arbeitsgericht (AG) Siegburg klar.

Der Fall: Ein als Fahrer beschäftigter Mann erhielt von seinem Arbeitgeber Mitte März 2020 ein Schreiben. Darin erklärte der Arbeitgeber, dass in verschiedenen Bereichen des Unternehmens Kurzarbeit angemeldet worden sei und dass der Mitarbeiter zunächst für die folgende Woche dafür vorgesehen sei. Für März erhielt der Mitarbeiter, der sich trotz des Schreibens für die Arbeit zur Verfügung gehalten hatte, ein gekürztes Gehalt, das in der Abrechnung als „Kurzarbeitergeld“ bezeichnet wurde. Die Situation änderte sich nicht, bis der Mann Mitte Juni selbst fristlos kündigte und

den Arbeitgeber auf Nachzahlung des einbehaltenen Lohnanteils verklagte.

Das Urteil: Das Gericht entschied im Sinne des Mitarbeiters. Der Arbeitgeber dürfe einseitig Kurzarbeit nur anordnen, wenn dies vertraglich geregelt sei – entweder durch einen Tarifvertrag, eine Betriebsvereinbarung oder direkt mit dem Arbeitnehmer, so die Richter. Da es im Unternehmen keinen Betriebsrat gab und auch keine tarifvertragliche Regelung bestand, hätte der Arbeitgeber eine individuelle Vereinbarung schließen müssen. Das Schreiben, in dem die Kurzarbeit angekündigt wurde, sei keine wirksame Vereinbarung, stellten die Richter klar. Da der Mitarbeiter seine Arbeitsleistung angeboten hätte, sei der Arbeitgeber ihm das volle Gehalt plus Zinsen schuldig. (KW)

AG Siegburg: Urteil vom 11. November 2020, Az. 4 Ca 1240/20

Materialpreissteigerungen vereinbaren

Die Preise für Baustoffe explodieren, Handwerker müssen die Kosten an die Kunden weitergeben. Mit diesen Mustern vereinbaren Sie Preissteigerungen mit Kunden.

Die steigenden Baustoffpreise halten momentan alle in Atem: die Lieferanten und Händler, die Betriebe und ihre Kunden. Damit Betriebe nicht auf den gestiegenen Kosten sitzen bleiben, müssen sie schon vor der Vertragsabwicklung auf die Preisschwankungen beispielsweise von Holz, Stahl und Dämmstoffen hinweisen und sich vertraglich absichern. „Betriebe sollten die Probleme deutlich gegenüber ihren Kunden kommunizieren“, betont Cornelia Höltkemeier, Geschäftsführerin der Landesvereinigung Bauwirtschaft Niedersachsen (LBN).

Angebotsphase: Freibleibende Angebote mit kurzen Bindungsfristen

Die Rechtsanwältin rät Handwerkern, den Kunden schon in der Angebotsphase deutlich zu machen, dass momentan am Markt eine Ausnahmesituation für bestimmte Baustoffe herrscht:

- Erklären Sie den Kunden, dass Sie teilweise mit Tagespreisen kalkulieren müssen, die Ihnen die Händler schicken.
- Erstellen Sie Ihre Angebote „freibleibend“, also unverbindlich, oder sprechen Sie kurze Bindungsfristen von einigen Tagen aus.

Eine Passage im Angebot könnte Cornelia Höltkemeier zufolge etwa so lauten:

„Angesichts der pandemiebedingten sehr dynamischen Preisentwicklung für ____ (Bau/Holz/Stahl/Dämmstoffe) erhalten wir von unseren Lieferanten derzeit nur Tages- bzw. Wochenpreise. Wir bitten daher um Verständnis, dass wir angesichts der sich daraus ergebenden Dynamik

- unser Angebot nur unverbindlich/freibleibend abgeben.
- uns an die in unserem Angebot genannten Preise nur bis zum (Datum) gebunden halten können.“

Vertragsabschluss-Phase: Kommunikation geht weiter

Hat der Kunde konkretes Interesse an einer Handwerkerleistung, sei erneut intensive Kommunikation nötig, betont Höltkemeier. „Erklären Sie, warum Sie aufgrund der aktuellen Marktlage für den mangelnden Baustoff vertraglich keinen verbindlichen Wert zugrunde legen können.“

Die Kommunikation ersetze zwar nicht die vertragliche Regelung zur Preisanpassung. Sie sei jedoch unverzichtbar, um das Verständnis der Kunden zu festigen. Denn damit sinke das Risiko späterer Rechtsstreitigkeiten über schriftlich vereinbarte Preissteigerungen.

Musterformulierung: Preisanpassung im Vertragstext

Sie können eine offene Formulierung im Vertragstext wählen: Sie bietet nach Aussage von Höltkemeier die größte Sicherheit, auch in einer gerichtlichen Überprüfung standzuhalten, und könnte etwa so formuliert werden:

„Für den Fall, dass nach Vertragsschluss die vom Auftragnehmer zu zahlenden Netto-Einkaufspreise für die vertragsgegenständlichen Materialien (insbesondere Holz, Dämmstoffe, Metalle) zum Zeitpunkt ihrer Lieferung um mehr als ____ Prozent steigen oder fallen sollten, hat jede der beiden Vertragsparteien das Recht, von der jeweils anderen den Eintritt in ergänzende Verhandlungen zu verlangen, mit dem



Weil Baustoffe teurer werden und das Material knapp ist, müssen Handwerker steigende Preise an Kunden weitergeben.

Ziel, durch Vereinbarung eine angemessene Anpassung der vertraglich vereinbarten Preise für die betroffenen vertragsgegenständlichen Materialien an die aktuellen Lieferpreise herbeizuführen.

Stimmt der Kunde in den Nachverhandlungen einer Preisanpassung nicht zu, würde er vertragsbrüchig, erläutert die Juristin. Das verbessere Ihre Position als Unternehmer bei der Frage, ob Sie die weitere Ausführung des Auftrags stoppen oder den Vertrag wegen Vertragsbruch kündigen.

Dabei komme es auf den Einzelfall an – und bevor Handwerker handeln, sollten sie sich rechtlichen Rat einholen, empfiehlt Höltkemeier. Dennoch sei die Ausgangslage im Streitfall mit der offenen Formulierung im Vertragstext deutlich besser, als keine Vereinbarung mit seinen Kunden zu treffen.

Zusatzvereinbarung zur Preisanpassung im Vertrag

Alternativ können Sie eine Zusatzvereinbarung zum Vertrag aufsetzen, die bereits eine „automatische“ prozentuale Anpassung an den aktuellen Lieferpreis beinhaltet. Rechtlich müssen Sie bei solchen Zusatzvereinbarungen jedoch einiges beachten:

1. Voraussetzung für die Gestaltung von Zusatzvereinbarungen

Handwerker, die eine Zusatzvereinbarung verwenden wollen, sollten laut Höltkemeier beachten, dass



„Erklären Sie, warum Sie aufgrund der aktuellen Marktlage für den mangelnden Baustoff vertraglich keinen verbindlichen Wert zugrunde legen können.“

Cornelia Höltkemeier, Rechtsanwältin

- eine eindeutige Grundlage für die Beurteilung der Ausgangspreise gegeben ist – dazu müssen die kalkulierten Preise der von der Anpassung betroffenen Positionen gegenüber dem Vertragspartner offengelegt werden.
- den Kunden deutlich gemacht wurde, dass der Vertrag nur dann zustande kommt, wenn auch die gesonderte Vereinbarung zu den Materialpreisen unterzeichnet wurde.

Höltkemeiers Empfehlung: Nehmen Sie zum Beispiel folgenden Satz mit den in Vertragstext des Angebots auf:

„Wie mit Ihnen ausführlich besprochen, verlangt die aktuelle Situation, dass wir eine gesonderte Vereinbarung für die Materialpreise treffen. Die für Ihren Auftrag benötigten Materialien sind am Markt derzeit so schwer zu beschaffen, dass wir von unseren Lieferanten nur noch Angebote mit Tages- bzw. Wochenpreisen bekommen. Die Preise schwanken von Woche zu Woche teilweise um bis zu ____ Prozent. Daher müssen wir mit Ihnen, damit der Vertrag gültig werden kann, zusätzlich eine Vereinbarung zur Preisanpassung bei Materialpreisänderungen treffen. Wir weisen daher darauf hin, dass das Zustandekommen dieses Vertrags unter der Bedingung des gleichzeitigen Zustandekommens der beigefügten Vereinbarung steht.“

Hingegen würde es nach Aussage von Höltkemeier nicht genügen, das Angebot einfach nur durch ein

vom Kunden zu unterschreibendes Beiblatt zu ergänzen. Denn bei so einem Vorgehen bleibe unklar, was wirklich gelte, wenn der Kunde das Beiblatt nicht unterschreibe.

2. Vorsicht: AGB-Falle bei Zusatzvereinbarungen

Vorformulierte Klauseln dieser Art würden „auf jeden Fall dann als Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) eingeordnet, wenn sie häufiger als einmal verwendet werden“, sagt Cornelia Höltkemeier. Das gelte auch dann, wenn sie „individuell handschriftlich“ aufgesetzt oder handschriftlich ergänzt werden. AGB unterliegen der Expertin zufolge einer strengen gesetzlichen Inhaltskontrolle. Im Streitfall würden Gerichte solche Klauseln häufig für unwirksam erklären.

Daher seien auch die Musterformulierungen der LBN für eine ergänzende Zusatzvereinbarung bei mehrmaliger Verwendung in Verträgen mit Privatkunden nicht gerichtsrest. Auch in Streitfällen mit Geschäftskunden böten sie keine absolute Gerichtsbarkeit. Doch die Mustervereinbarung der LBN sei „ein Weg, Streit durch Information und Kommunikation auf Augenhöhe mit dem Kunden vorzubeugen“, sagt die Juristin.

Sonderfall Öffentliche Vergabe

Bei einer Öffentlichen Vergabe führt jede Veränderung der Vergabeunterlagen zum Ausschluss des bietenden Unternehmens, warnt Höltkemeier. Daher könnten die Musterformulierungen bei öffentlichen Vergabeverfahren nur dann verwendet werden, wenn bereits die Ausschreibungsunterlagen selbst eine Gleitklausel (Lohn- und/oder Materialpreisgleitklausel) enthalten.

Beraten lassen!

Wer sogenannte „Musterformulierungen“ in seine Verträge einbauen möchte, sollte sich im Einzelfall beraten lassen, rät Cornelia Höltkemeier. Die Fachverbände und Innungen stünden dafür als Ansprechpartner zur Verfügung.

Was gilt, wenn Preissteigerungen laufende Verträge betreffen?

Die aktuellen Preisentwicklungen könnten bei laufenden Verträgen zu einem „Wegfall der Geschäftsgrundlage“ führen, erläutert die Juristin. Daher sei auch hier die Kommunikation mit dem Kunden besonders wichtig. Höltkemeier empfiehlt betroffenen Unternehmen: „Nehmen Sie bei Schwierigkeiten Kontakt mit dem Fachverband oder der Innung auf, um gemeinsam das Gespräch mit dem Kunden vorzubereiten.“

Weigere sich der Kunde, auf Anpassungen im Vertrag einzugehen, sei unter Umständen eine außerordentliche Kündigung des Vertrags möglich. Das hänge jedoch von den Umständen jedes Einzelfalls ab. Vor jeder Kündigung sollten sich Betriebe Rechtsrat holen, rät Cornelia Höltkemeier.

MARTINA JAHN

Download

Ein Muster der LBN für eine Zusatzvereinbarung zur Preisanpassung Materialpreisschwankungen können Sie sich unter dem Kurzlink svg.to/vertr1 herunterladen.

Wer haftet bei Materialengpässen?

Einige Baustoffe sind Mangelware und Handwerker müssen Baustellen zum Teil ruhen lassen. Doch wer haftet, wenn Aufträge nicht fristgerecht fertig werden?

„Können Handwerker schriftlich vereinbarte Termine nicht halten, sind sie in der Pflicht“, betont Giso Töpfer, Hauptgeschäftsführer des Baugewerbeverbands Sachsen-Anhalt. Sie sollten Kunden zunächst schriftlich über Bauverzögerungen informieren. Töpfer rät auch dazu, mit Kunden zu sprechen und für Verständnis zu werben. Die momentane Situation sei zwar außergewöhnlich – Verträge blieben aber dennoch bestehen. Bei längeren Lieferzeiten könne es durchaus vorkommen, dass Kunden Schadensersatzansprüche geltend machen.

Um laufende Verträge zu erfüllen, seien Betriebe dazu verpflichtet, Baumaterialien, die sie von ihrem Lieferanten nicht erhalten haben, woanders zu beschaffen – auch wenn die Kosten dann steigen. „Das ergibt sich aus der Schadensminderungspflicht“, sagt der Rechtsanwalt. Eine Dokumentation darüber, dass Handwerker mit allen Mitteln versucht haben,

„Können Handwerker schriftlich vereinbarte Termine nicht halten, sind sie in der Pflicht.“

Giso Töpfer, Rechtsanwalt

fehlendes Baumaterial zu beschaffen, könne später hilfreich sein, um sich gegen Schadensersatzforderungen zu wehren. „Was Sie schriftlich haben, können Sie im Zweifelsfall als Beweismaterial nutzen“, betont Töpfer.

Beispiel: Haben Handwerker mit Kunden einen Termin vereinbart, an dem ein Haus bezugsfertig sein soll, und können den Termin aufgrund von Lieferengpässen nicht halten, zahlen sie die Kosten für den Verzugschaden. Das könnten laut Töpfer die zusätzliche Miete der Kunden sein oder Hotelübernachtungen, falls die Wohnung schon gekündigt wurde.

Verträge mit Lieferanten – wann sind Handwerker auf der sicheren Seite?

Um an Baumaterial zu kommen, haben Handwerker Verträge mit Lieferanten. Diese Vertragsbeziehung habe, so Töpfer, mit der Beziehung zu den Kunden

nichts zu tun. Wenn Lieferanten die vom Handwerker bestellten Materialien nicht fristgemäß liefern, müssen sie für den Schaden aufkommen, der dem Handwerker aufgrund der Verträge mit Kunden entsteht. „Wird also ein Haus nicht zum vereinbarten Termin fertig, weil der Lieferant nicht liefern konnte und dabei Fristen aus den Verträgen mit dem Handwerker überschreitet, muss der Lieferant für den Verzugschaden haften“, stellt der Rechtsanwalt klar.

Grundsätzlich rät Töpfer, sowohl mit Lieferanten als auch mit Kunden immer alles schriftlich festzuhalten, was vereinbart wird. „Das hilft im Zweifel bei Streitigkeiten weiter“, sagt er.

Lieferengpässe abfedern: Was Betriebe noch tun können

Vorausschauende Planung und rechtzeitige Bestellungen seien das A & O. Wer mehrfach schlechte Erfahrungen mit Lieferanten gemacht hat, sollte seine Vertragsbeziehungen auf den Prüfstand stellen. Töpfer rät Betrieben dazu, neue Angebote zeitlich



Wird das Material auf Baustellen knapp, drohen Baustopp. Handwerker sollten sich für drohende Engpässe absichern.

zu befristen, um nicht auf den Kosten der Materialpreissteigerungen sitzen zu bleiben. Möglich sei auch die Vereinbarung von sogenannten Materialpreisgleitklauseln.

Außerdem weist er darauf hin, dass Verbände und Innungen Betrieben Muster für die Vertragsgestaltung zur Verfügung stellen. „Halten Sie alles schriftlich fest und sichern Sie sich so ab“, betont Giso Töpfer. (JA)

Clubhouse: Das müssen Sie wissen

Die Audio-App Clubhouse ist in aller Munde. Doch wie funktioniert sie, was müssen Nutzer wissen und welche Chancen haben Betriebe damit?

Clubhouse ist eine Audio-App, die von einem amerikanischen Softwarehaus entwickelt wurde (Alpha Exploration Co.). Zuletzt hat sie einen Nutzeransturm erlebt. Auch im Netz bekommt die App, die wie eine Art interaktiver Podcast funktioniert, viel Aufmerksamkeit.



Viele Fachleute tauschen sich über die App zu Themen wie Betriebsführung, Digitalisierung, Technik, Marketing, Social Media und zu anderen Themen aus.

1. So funktioniert Clubhouse

Clubhouse ist derzeit noch eine Beta-Version einer Audio-Plattform, bei der Nutzer das Publikum einer Art Podiumsdiskussion sind. Diese finden in einzelnen thematischen Räumen statt. Man kann entweder nur zuhören, selbst aktiv sprechen oder auch eigene Räume erstellen. Wer das Mikrofon einschaltet, kann die Rolle eines Speakers einnehmen. Dazu hebt man virtuell per Klick die Hand. Das Wort in einem Raum erteilen der oder die Moderatoren. Wer selbst einen Raum eröffnen möchte, entscheidet selbst, ob der öffentlich oder nur einem bestimmten Zuhörerkreis zugänglich ist.

2. Die App hat eine Zugangsbeschränkung

Nutzen kann die App vorerst nur, wer ein iOS-Endgerät hat. Zudem kann man sich nicht einfach anmelden, weil die Macher der App ein Einladensystem zur Verknappung der Nutzerschaft eingeführt haben. Über die Einladenseite können Nutzer neue Nutzer einladen, indem sie ihre Mobilfunknummer eintippen. Eine andere Option ist, Kontakte gezielt aus dem eigenen Adressbuch zu wählen und einzuladen. Nach dem Erhalt der Einladung kann man sich die App herunterladen. Jeder neue Nutzer kann dann wiederum andere einladen. Langfristig soll die App für alle Interessenten geöffnet werden.

3. Netzwerk, Austausch, Themenfindung

Wenn Sie Ihre Netzwerke auf- und ausbauen wollen, könnte die Audio-App etwas für Sie sein. Viele Fachleute tauschen sich dort zu Themen wie Betriebsführung, Digitalisierung, Technik, Marketing und Social Media sowie zu vielen anderen Themen aus. Auch aus den folgenden Gründen lohnt es sich, die App zu testen:

- Nehmen Sie eine Vorreiterrolle ein und testen Sie vor vielen anderen die App, ihre Technik und ihre Nutzungsmöglichkeiten. Das kann ein Wettbewerbsvorteil für Sie sein.
- Haben Sie selbst schon darüber nachgedacht, Fachthemen anzusprechen und dafür einen Podcast zu machen? Dann könnte das eine gute Plattform zum Probieren und Sammeln von Erfahrungen sein.

Clubhouse in der Praxis:

Reales Netzwerk – zum Austausch und Netzwerken

„Clubhouse ist live, es kann nichts geschönt oder gefiltert werden – ‚Luftpumpen‘ werden schnell enttarnt, das finde ich gut. Durch die Beschränkung auf iPhone-Nutzer und den kleinen Mitgliederradius ist es noch schwer, regional richtig Fuß zu fassen. Doch zum Austausch und zur Vernetzung mit Kollegen und Partnern ist die App super geeignet. Einige Themen sind interessant und dienen dem Blick über den Tellerrand. Ich war neulich erst Mit-Initiator einer Expertenrunde und habe in einem Raum über das Thema Fachkräftemangel vs. Führungskräfteemangel gesprochen. In der Regel wird dort sachlich diskutiert und man kann immer etwas mitnehmen. Ich muss nur aufpassen, dass Clubhouse nicht zum Zeitfresser wird.“

Jan Voges, Dachdeckermeister, Lamspringe



Foto: Jan Voges GmbH

Potenzial für Mitarbeitergewinnung nutzen

„Mich fasziniert der ‚bunte Blumenstrauß‘ an Themen, sowohl privat als auch geschäftlich. Das Charmante an der App ist, dass man einfach nur zuhören kann und nicht aktiv mitmachen muss – einfach einen Raum betreten und wieder gehen, wenn es uninteressant ist. Ich habe schon interessante und tiefgründige Diskussionen verfolgt und mit anderen Handwerkern eine Art ‚Stammtisch‘ abgehalten. Das Plaudern ist schon eine gute Sache. Für Handwerksbetriebe sehe ich großes Potenzial in Clubhouse, was das Thema Mitarbeitergewinnung angeht: Man könnte Räume für neue Azubis aufmachen, sich als Unternehmen vorstellen und Gespräche in geschlossenen Räumen führen – ein Art Speeddating. Die Hürde zum Einstieg ist gering – und der Nutzen riesig.“

Felix Stock, Eismann Haustechnik, Oldenburg



Foto: Privat

Gute Alternative zum Baustellenradio

„Ich bin total begeistert von Clubhouse. Die App eignet sich hervorragend zum Netzwerken. Dort sind einige Handwerker unterwegs, aber man kommt dort auch mit Leuten aus ganz anderen Bereichen in Kontakt. Ich habe über Clubhouse zum Beispiel eine Designerin aus Dänemark kennengelernt, mit der ich jetzt ein gemeinsames Projekt plane. Die App ist aber auch eine gute Alternative zum Radio auf der Baustelle. Wenn ich dort bin, höre ich während der Arbeit gerne in Diskussionen rein. Da kann ich viel lernen.“

Simon Mühlbach,

Steinmetz- und Steinbildhauermeister, Hohenhameln



Foto: Privat

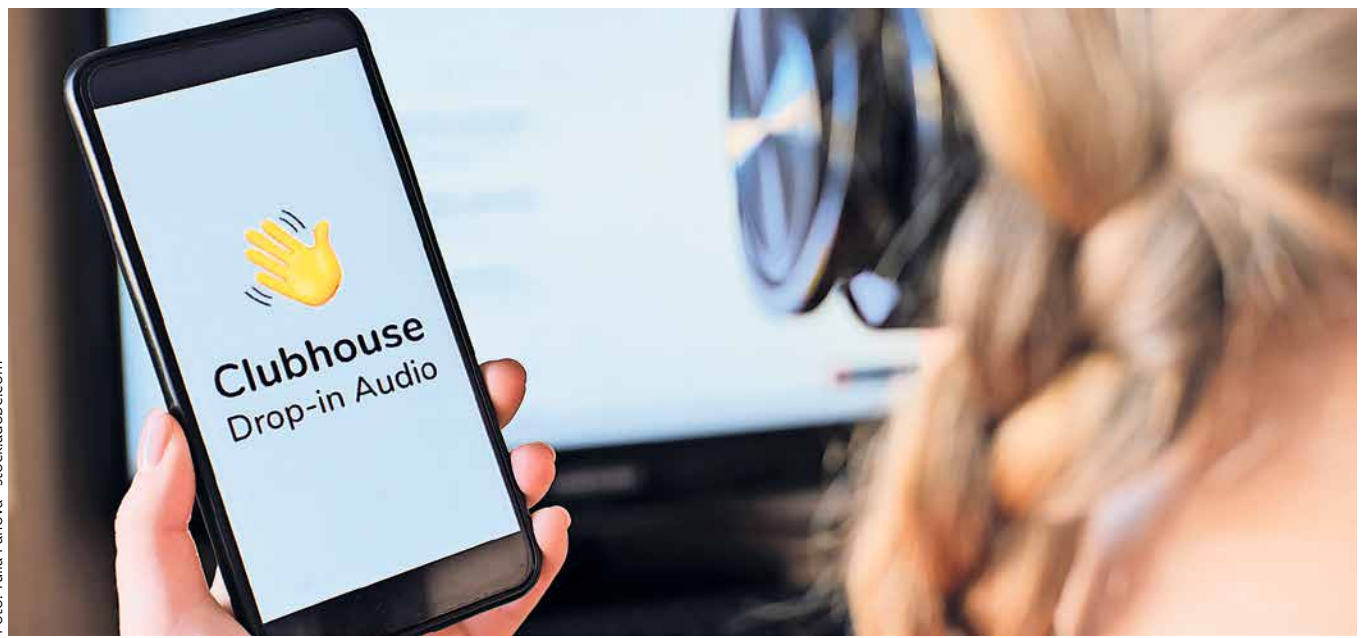


Foto: Yulia Panova - stock.adobe.com

Clubhouse kann auch für Handwerksunternehmer spannend sein – diese Fakten sollten Sie vor der Nutzung kennen.

- Der Kanal Clubhouse ist in Corona-Zeiten auch wichtig zum täglichen Plausch und Austausch, den es derzeit wenig gibt. Einige Handwerker treffen sich beispielsweise regelmäßig dort zu Stammtischen oder After-Work-Talks.
- Die App kann auch zu einer wichtigen Informations- und Erfahrungsquelle werden, denn dort tummeln sich potenzielle Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter.
- Gespräche werden vom Anbieter verschlüsselt aufgezeichnet. Wo die Kopien landen, ist nicht klar. Zudem treten Nutzer die Rechte für die Veröffentlichung der Audio-Inhalte ab.
- Das Missbrauchsrisiko der App ist durch den Livestreaming-Charakter hoch, da Speaker und Inhalte durch den Anbieter nur zeitverzögert kontrolliert und geahndet werden können.
- Der Zeitaufwand ist vergleichsweise hoch: Scrollen und konsumieren einzelner Informationshappen ist bei Clubhouse nicht möglich. Man hört den Rednern aktiv zu und braucht viel Zeit, um sich auf Themen einzulassen. MARTINA JAHN

TOYOTA GEWERBEWOCHE 2021 FÜR MACHER GEMACHT

JETZT AUCH
ELEKTRISCH!

**PROACE UND PROACE CITY
STARKES TEAM. STARK IM LEASING.**

Kraftvoll, effizient, ladestark. Die großen Proace und kompakten Proace City Modelle von Toyota Professional packen bei jedem Handwerk und jedem Job mit an – auch elektrisch als Proace Electric und Proace Verso Electric.

Jetzt Toyota Meister Leasing-Angebote und bis zu 10 Jahre Garantie sichern.**

AB

129 €*

MTL.
zzgl. MwSt.

**Toyota Meister Leasing-Angebote
Exklusiv für Geschäftskunden**

+ Wartung inklusive Ein Produkt von
+ 0 € Anzahlung KINTO ONE²

Kraftstoffverbrauch Proace City Duty, 1,5-l-D-4D, 55 kW (75 PS) Start/Stop, L1 verblecht 3-türig, innerorts/außerorts/kombiniert: 4,5/3,9/4,1 l/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert: 109 g/km.
Stromverbrauch Toyota Proace Electric Modelle 100 kW (136 PS) vollelektrisch, kombiniert: 28,0–26,6/26,6–25,1 kWh/100 km (Batteriekapazität 75 kWh/50 kWh), CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km, elektrische Reichweite (EAER): 318–302/221–209 km und elektrische Reichweite (EAER city): 436–392/330–291 km (Batteriekapazität: 75 kWh/50 kWh). Werte gemäß WLTP-Prüfverfahren.

*Unser Toyota Meister Leasing-Angebot¹ für den Toyota Proace City Duty, 1,5 Diesel, L1 verblecht 3-türig. Leasingsonderzahlung: 0 €, Vertragslaufzeit: 48 Monate, Gesamtleistung: 40.000 km, 48 mtl. Raten à 129,00 € zzgl. MwSt., zzgl. Überführung. ¹Ein unverbindliches Angebot der KINTO Deutschland GmbH, Toyota-Allee 5, 50858 Köln. Entsprechende Bonität vorausgesetzt. Monatliche Leasingrate inklusive Wartungen. Verschleißteile und -reparaturen optional erhältlich. Alle Angebotspreise verstehen sich auf Basis der unverbindlichen Preisempfehlung der Toyota Deutschland GmbH, Toyota-Allee 2, 50858 Köln, per April 2021, zzgl. MwSt., zzgl. Überführung. Dieses Angebot ist nur für Gewerbetreibende gültig. Gilt bei Anfrage und Genehmigung bis zum 30.09.2021. Nur bei teilnehmenden Toyota Vertragshändlern. Individuelle Preise und Finanzangebote erhalten Sie bei Ihrem Toyota Händler. ²Bis zu 10 Jahre Garantie mit Toyota Relax: 3 Jahre Neuwagen-Herstellergarantie + max. 7 Jahre Toyota Relax Anschlussgarantie der Toyota Motors Europe S.A./N.V., Avenue du Bourget, Bourgetlaan 60, 1140 Brüssel, Belgien. Mit Durchführung der nach Serviceplan vorgesehenen Wartung erhalten Sie eine Toyota Relax Anschlussgarantie. Einzelheiten zu Toyota Relax erfahren Sie unter www.toyota.de/relax oder bei Ihrem teilnehmenden Toyota Händler. ³KINTO One ist eine Geschäftsbezeichnung der KINTO Deutschland GmbH, Toyota-Allee 5, 50858 Köln. Abb. zeigt Sonderausstattung.

Herrscht jetzt Datenfairness?

Ein neues Gesetz soll den Missbrauch von Marktmacht bei datenbasierten Geschäften eindämmen. Was dürfen Handwerker für ihre Angebote davon erwarten?

Die Digitalisierung hat die klassischen Kräfteverhältnisse im Wettbewerb gehörig durcheinandergerüttelt. Nutzerdaten sind wertvoll geworden und Unternehmen, bei denen viele Nutzerdaten zusammenlaufen, entsprechend mächtig. Mit der fortschreitenden Digitalisierung des gesellschaftlichen Lebens und seiner Konsumgüter wird diese Entwicklung künftig noch bedeutender – für jeden Bürger ebenso wie für die Handwerksbetriebe, die sich in einem immer digitaleren Wirtschaftssystem bewegen.

Um missbräuchlichem Verhalten von Firmen, die den digitalen Markt beherrschen, besser entgegenwirken zu können, hat die Bundesregierung das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) aktualisiert. Anfang 2021 ist das sogenannte GWB-Digitalisierungsgesetz in Kraft getreten.

Der stellvertretende Hauptgeschäftsführer des Zentralverbands der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH), Rechtsanwalt Alexander Neuhäuser, äußert sich dazu aus Sicht des Elektrohandwerks. Wie zufrieden ist er mit der Gesetzesnovelle?

„Wir sind einen Schritt weitergekommen“, sagt Neuhäuser. Der Gesetzgeber habe die Bedeutung des Themas Daten für das Wettbewerbsrecht erkannt. „Im Fokus standen dabei vor allem aber die ganz großen Internetplattformen mit internationalen Strukturen, die Kunden binden und damit Wettbewerb verhindern“, schränkt Neuhäuser die positiven Auswirkungen des GWB für Handwerksbetriebe ein.

Wenn Datenzugang Marktmacht auslöst

Positiv beurteilt der Rechtsanwalt, dass im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen nun ausdrücklich vermerkt ist, dass der Zugang zu Daten eine Marktmacht auslösen kann. Diese Frage werde im Elektrohandwerk immer wichtiger, etwa bei Themen wie Smart Building, Integration Erneuerbarer Energien, flexible Strommärkte und -netze oder vorausschauende Wartungen. Bei diesen Themen gehe es nicht nur um die Interessen der Handwerker, sondern auch ihrer Kunden. Das GWB definiert im neu gefassten Paragraf 19 Absatz 2 Nummer 4, wann ein Missbrauch dieser Marktmacht vorliegt: „Ein Missbrauch liegt insbesondere vor, wenn ein marktbeherrschendes Unternehmen [...] sich weigert, ein anderes Unternehmen gegen angemessenes Entgelt mit einer [...] Leistung zu beliefern, insbesondere ihm Zugang zu Daten, zu Netzen oder anderen Infrastruktureinrichtungen zu gewähren“.

Wichtige Fragen lässt das Gesetz laut Neuhäuser dabei allerdings offen. „Was ist der Markt und was ist die Macht im Sinn dieses Gesetzes?“, fragt er. Diese Fragen zu klären, werde Sache der Gerichte sein. Einige zurückliegende Gerichtsurteile machten laut Neuhäuser Mut, dass die Auslegung von Marktmacht für das Handwerk in die richtige Richtung gehe.

Der Rechtsanwalt nennt etwa das Beispiel des Automobilherstellers Porsche. Der Bundesgerichtshof (BGH) habe im sogenannten Porsche-Tuning-Urteil (BGH KZR 87/13) festgestellt, dass auch die Verweigerung des Zugangs zur Software des Fahrzeugs eine unbillige Behinderung darstellen kann. Der ZVEH sieht eine Übertragbarkeit auch auf die vernetzten Produkte, die das Elektrohandwerk bei seinen Kunden einsetzt.



Digitale Kundendienste: Mit dem GWB will die Bundesregierung für einen faireren Wettbewerb bei datenbasierten Dienstleistungen sorgen.

Anwendungsbeispiele im Smart Home

Künftige Anwendungsszenarien des Handwerks seien noch weit komplexer als das Fahrzeugbeispiel. Im Bereich von Smart Homes etwa sieht der ZVEH große Herausforderungen auf Handwerker und Gesetzgeber zukommen. Neuhäuser verdeutlicht die Komplexität an einem Beispiel: „Zum Aufbau eines intelligenten Gebäudes kombiniert der Handwerker verschiedenste Geräte und vernetzt sie.“ Der Durchlauferhitzer und die Wärmepumpe sollen über ein Energiemanagementsystem (EMS) kommunizieren. Auch die Lichtanlage mit verschiedenen Sensoren im Haus und die Wallbox zum Laden des Elektroautos müssen in das System integriert werden. Jedes smarte Gebäude ist dabei individuell konfiguriert. „Die Unternehmen müssen mit ihren Fachkräften diese Leistungen auch erbringen können. Dafür müssen wir die technischen und rechtlichen Voraussetzungen schaffen. Die Elektrohandwerke beispielsweise haben in diesem Zusammenhang den neuen Beruf ‚Elektroniker für Gebäudesystemintegration‘ auf den Weg gebracht“, so Neuhäuser.



Wir sind einen Schritt weitergekommen.

Alexander Neuhäuser,

Rechtsanwalt und stellvertretender Hauptgeschäftsführer des ZVEH

Der Verband fordert, dass die Hersteller die Datenschnittstellen für den Handwerker öffnen. Und der Handwerker bräuchte mehr als den Zugang zu den Daten. „Wenn ich die Wallbox nicht an eine PV-Anlage anbinden kann, weil jeder seine eigene geschlossene Plattform nutzt, würde mir der bloße Datenzugang zum Wechselrichter wie im erweiterten Paragraf 19 GWB beschrieben nicht helfen“, stellt er klar. „Wir brauchen einheitliche Standards und einheitliche Schnittstellen, die eine Gesamtlösung möglich machen.“ Nur so könne ein Elektrobetrieb die Lösungen verschiedener Hersteller zu einer Gesamtlösung vernetzen. Dem E-Handwerk müsse zudem ermöglicht werden, die IoT-Produkte in eigene Service-Plattformen einzubinden, um den Kunden optimal betreuen zu können und die Komplexität in der Handhabung zu reduzieren.

Wem gehören die Daten?

Ein weiteres Problem, wo das Gesetz noch zu kurz greife, sei die Frage, wem die unterschiedlichen Daten sowie die daraus generierten Informationen gehören. Daraus würden sich Probleme für den Endkunden

und gleichermaßen auch für den Handwerker ergeben. Neuhäuser macht das an einem weiteren Beispiel deutlich: Ein Kunde hat ein Smart Home mit einer medizinischen Überwachung wie Sturzmatten im Boden und anderen Sensoren.

Während der Nutzer in seinem Haus wohnt, lernt das System ihn sehr gut kennen. „Wenn der Hersteller und IoT-Plattformbetreiber nun entscheidet, seine AGB zu ändern und die sensiblen Nutzerdaten des Kunden künftig an Dritte zu verkaufen oder den Support für bestimmte Funktionen einfach einzustellen, bekommt der E-Handwerker ein echtes Problem“, sagt Neuhäuser. Der Kunde könne der AGB-Änderung vielleicht widersprechen, möglicherweise funktionieren die Geräte ohne Zustimmung zu den neuen AGB aber gar nicht mehr. „So verliert der Kunde alles und muss sein Smart Home komplett neu einrichten“, sagt Neuhäuser.

Daraus ergibt sich ein Gewährleistungsproblem für den Handwerker. „Der Handwerker hat dem Kunden das System verkauft, ihn bei den Produkten beraten, er hat aber keine Möglichkeiten, die Nutzungsdaten des Kunden zu retten und die Funktionsfähigkeit der Geräte ohne Zustimmung zu den neuen Dienstleister-AGB zu gewährleisten“, erklärt Neuhäuser. Ein solches Szenario könnte im schlimmsten Fall in Schadensersatzklagen gegen den Handwerker enden.

Neuhäuser rät Betrieben daher, bei künftigen Vertragsbeziehungen sehr genau hinzuschauen, wem von den beteiligten Unternehmen an einem Geschäft im Einzelnen für was verantwortlich ist. Der Rechtsanwalt fordert zudem: „Der Kunde muss sich entscheiden können, wem er seine Daten für einen Service anvertrauen möchte. Und wenn er den Datendienstleister für seine vernetzte Infrastruktur wechseln will, muss der Handwerker in die Lage versetzt werden, den Umzug seiner Daten zu regeln.“

Eine Chance für den Markt

Eine Chance sieht der ZVEH-Geschäftsführer Recht und Wirtschaft im neuen Gesetz jenseits der rein rechtlichen Ebene. Das GWB-Digitalisierungsgesetz motiviere die Hersteller, sich mit den genannten Themen aktiv auseinanderzusetzen. Denn spätestens wenn jemand gegen sie klage und Recht bekomme, müssten sie technisch in der Lage sein, ihrer Pflicht nachzukommen. „Die GWB-Novelle hat ein Fenster für den Markt geöffnet, selbst den richtigen Weg einzuschlagen“, so Neuhäusers Fazit. „Wichtig ist nun, dass wir einen Aufruf in die Branchen bringen: Hersteller und Handwerk müssen gemeinsame Lösungen finden!“

Laut dem ZVEH-Rechtsanwalt müsse nicht weniger als eine europäische Form der Plattformwirtschaft geschaffen werden. „In Europa haben wir dafür die richtigen Voraussetzungen. Unser Gesellschafts- und Marktsystem ist, anders als zum Beispiel in den USA, mehr auf ein Miteinander ausgelegt“, sagt Neuhäuser. Die Zusammenarbeit von mittelständischen Industriebetrieben und Handwerk sei hierzulande letztlich symbiotisch: Beide Seiten profitierten und seien ein Stück weit voneinander abhängig. „Würde sich zum Beispiel ein hiesiger Smart-Home-Zulieferer entscheiden, Handwerkern den Zugang zur Dateninfrastruktur zu verwehren, sehen sich diese vielleicht gezwungen, zu Plattformlösungen der internationalen Konkurrenz zu wechseln, damit sie den Wünschen ihrer Kunden weiterhin gerecht werden können“, macht der Rechtsanwalt klar. DENNY GILLE

Ausbildungsbetriebe sind innovativer

Göttinger ifh-Studie: Betriebliche Ausbildung wirkt sich positiv auf die Innovationsfähigkeit aus.

Eine aktuelle Analyse des Volkswirtschaftlichen Instituts für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen (ifh) belegt einen positiven Einfluss der Ausbildungstätigkeit auf Prozessinnovationen – unabhängig von der Unternehmensgröße. „Grundsätzlich stärker ausgeprägt“ seien die Effekte jedoch in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Dort wirke sich die Ausbildungstätigkeit positiv auf Innovationen und schrittweise Verbesserungen von Produkten und Prozessen aus.

Betriebliche Ausbildung befördere die Entwicklung einer „innovationsförderlichen Lernumgebung in ausbildenden Unternehmen“, schließen die Forscher. Zusätzlich trage der Wissenstransfer aus Berufsbildungseinrichtungen zur Innovationsfähigkeit der ausbildenden Unternehmen bei. Insbesondere für KMU seien die Teilnahme an der dualen Berufsausbildung und deren Förderung somit immer auch im Zusammenhang mit der betrieblichen Innovationsfähigkeit zu sehen.

Das ifh hat für die Studie Daten des IAB-Betriebspanels statistisch ausgewertet. Dabei handelt es sich



Vor allem kleine und mittlere Unternehmen profitieren vom innovativen Effekt der Ausbildung.

um eine regelmäßige repräsentative Arbeitgeberbefragung. An dem Panel beteiligen sich jährlich rund 15.500 Betriebe aller Wirtschaftszweige und Größenklassen. (JW)

Download der englischsprachigen Studie: [svg.to/ifh-inno](https://www.svg.to/ifh-inno)

Nein zu Abmahnkosten!

Abmahnkosten geltend machen? Ein Gericht erklärt, warum das nicht mehr zulässig ist.

Seit Ende 2020 gilt das Gesetz zur Stärkung des fairen Wettbewerbs, das insbesondere kleinere und mittlere Unternehmen vor missbräuchlichen Abmahnungen schützen soll. Neu ist unter anderem eine Regelung zu Abmahnkosten, die das Landgericht (LG) Dortmund jetzt bestätigt hat.

Der Fall: Eine Privatperson verkauft auf einer Internetplattform Haushaltsartikel. Wegen fehlender Pflichtangaben, fehlender Widerrufsbelehrung und fehlender Verlinkung zur Plattform für die Online-Streitbeilegung mahnt ein Unternehmen den Anbieter ab, macht Abmahnkosten in Höhe von 1.501,19 Euro geltend und verlangt die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung. Wenig später versucht das Unternehmen, gerichtlich noch eine einstweilige Verfügung auf Unterlassung durchzusetzen.

Das Urteil: Das LG Dortmund weist den Antrag zurück, die Abmahnung sei rechtsmissbräuchlich. Das Gericht stützt die Entscheidung mit § 8c UWG. Dieser Paragraf wurde Ende 2020 geändert. Demnach ist nun „eine missbräuchliche Geltendmachung im Zweifel schon dann anzunehmen, wenn Mitbewerber den



So nicht! Das Landgericht Dortmund sorgt mit einem aktuellen Urteil für Klarheit.

Gegenstand für eine Abmahnung unangemessen hoch ansetzen.“ Laut LG müsse das erst recht gelten, wenn Gebühren gefordert werden, die schon dem Grund nach nicht geschuldet werden. Das Unternehmen hatte Gebühren geltend gemacht, die nach der neuen Fassung von § 13 Abs. 4 Nr. 1 UWG ausgeschlossen sind. Es habe keinen Ersatz verlangen können, weil es um Verstöße gegen gesetzliche Informations- und Kennzeichnungspflichten ging. (AML)

LG Dortmund: Urteil vom 16. Februar 2021, Az. 10 O 10/21

Meister verrät Erfolgsrezept

Tausende Fans und zahlreiche Likes: Johannes Münkkel startet aktuell bei Instagram durch. Hier sind sechs Tipps für mehr Reichweite vom Fliesenlegermeister.

Ob Wandfliesen verfügen, ein neues Verlegesystem testen oder Fliesen verlegen – auf Instagram zeigt Fliesenlegermeister Johannes Münkkel anhand von Bildern und kurzen Videos seinen Arbeitsalltag auf der Baustelle. Die Zahl seiner Abonnenten ist im letzten halben Jahr von knapp 600 auf mehr als 47.000 gestiegen. Sein erfolgreichstes Video haben rund 18 Millionen Menschen aus aller Welt gesehen (Kurzlink: [svg.to/mueninst](https://www.instagram.com/reel/CW1mueninst)). „Ich hätte nie gedacht, dass das so einschlägt“, sagt der 30-Jährige. „So ein Erfolg lässt sich nicht planen.“ Der Meister ist aber davon überzeugt, dass Handwerker durchaus etwas für ihre Reichweite bei Instagram tun können. Das sind seine sechs Instagram-Tipps.

Tipp 1: Guten Content posten

„Gute Inhalte sind die Basis für den Erfolg bei Instagram“, sagt Münkkel. Damit meint er vor allem Fotos, die ordentlich bearbeitet und auch gut strukturiert sind. „Ich habe eine eigene Bildsprache entwickelt, die sich durch den ganzen Feed zieht“, berichtet der Fliesenlegermeister. Er trägt bei der Arbeit immer einen blauen Overall und seine Werkzeuge sind ebenfalls blau. Das schafft einen hohen Wiedererkennungswert, denn spätestens auf jedem zweiten Bild ist etwas Blaues zu sehen.

Doch bei all der Kontinuität setzt Münkkel auch auf Abwechslung: Mal sind auf den Bildern Detailaufnahmen von der Baustelle zu sehen, mal ein fertiges Badezimmer oder auch mal ein neues Werkzeug. „Ich will einfach meinen Alltag und meine hochwertige Arbeit zeigen“, sagt der Meister. Und seine Bilder und Videos kommen an: „Dadurch erhalte ich mittlerweile Kundenanfragen aus ganz Deutschland und ich habe auch schon Bewerbungen über Instagram bekommen.“

Tipp 2: Persönlich werden und Gesicht zeigen

Persönlichkeit ist laut Fliesenlegermeister Münkkel besonders wichtig auf Instagram. „Das zieht bei den Usern meist mehr als ein Detailbild von der Baustelle“, so seine Erfahrung. Er postet in der Story und im Feed deshalb regelmäßig Fotos oder Videos, auf denen er selbst zu sehen ist.

Tipp 3: Tägliche Posts

Ein Instagram-Post pro Tag muss mindestens sein, sagt Fliesenlegermeister Münkkel. Denn auch wenn die Abonnenten das nicht erwarten, so ist es wichtig für den Algorithmus. Der Unternehmer rät Kollegen deshalb, jeden Tag zumindest etwas in der Story zu posten – etwa ein kurzes Video von der Baustelle. Tipp für solche Posts: Die Abonnenten kurz begrüßen und erzählen, was auf der Baustelle ansteht.

Tipp 4: Zeit in die Account-Pflege investieren

Auf der Baustelle schnell mal ein Video machen und es dann bei Instagram in die Story posten, ist für Johannes Münkkel Alltag. „Das ist schnell gemacht und dann arbeite ich ganz normal weiter“, sagt der Fliesenlegermeister. Doch mit den schnellen Posts von der Baustelle ist es nicht getan: „Nach der Arbeit investiere ich mindestens noch zwei Stunden in den Account“, sagt der Meister.

Abends bearbeitet er zum Beispiel die Baustellenfotos am Rechner nach, antwortet auf Kommentare und plant die Veröffentlichungen der nächsten Tage. „Wenn ich mal einen Tag im Büro arbeite, müssen meine Abonnenten nicht auf die Posts von der Baustelle verzichten“, berichtet Münkkel. „Regelmäßige Inhalte sind einfach wichtig für die Reichweite bei Instagram.“ Er sorgt deshalb immer dafür, dass er genügend Bildmaterial für die nächsten ein bis zwei Wochen hat.

Tipp 5: Für Interaktion sorgen

Neben Fotos und Videos postet Johannes Münkkel ab und zu auch Fragen: „Das ist gut für die Interaktion“, erläutert der Fliesenlegermeister. „Und das wird von Instagram positiv bewertet.“ Er hat gute Erfahrungen mit offenen Fragen und Aufrufen gemacht. Zum Beispiel hat er seine Abonnenten mal gebeten, ihm Fragen zu stellen.

Wenn Münkkel solche Aufrufe startet, dann versucht er, jedem User ein Feedback zu geben, weil Instagram das positiv bewertet. „Manchmal ist es allerdings schwer, da hinterherzukommen“, räumt er ein. Als der Meister zuletzt mit Reaktionen überhäuft wurde, hat er deshalb nicht jedem schriftlich geantwortet, sondern hat die eingegangenen Fragen in einer Video-Botschaft beantwortet.

Tipp 6: Hashtags gezielt nutzen

Hashtags zu nutzen, ist für Johannes Münkkel ein absolutes Muss: „Wer das nicht macht, bekommt auch keine Reichweite auf seinen Instagram-Account.“ Er selbst versucht, die zulässige Anzahl von etwa 30 Hashtags immer auszuschöpfen, und setzt auf Schlagworte wie #fliesenlegermeister, #badezimmer oder #meisterbetrieb.

Doch warum sind solche Hashtags wichtig? „Instagram funktioniert wie eine Suchmaschine“, erläutert Münkkel. „Die Leute suchen dort nach Schlagworten, um für sie interessante Inhalte zu finden.“ User, die beispielsweise ihr Bad renovieren wollen, suchen daher möglicherweise nach Hashtags wie Badsanierung, Badideen oder Badezimmer. Münkkel rät Handwerkern, beim Posten deshalb immer zu überlegen, mit welchem Schlagwort User nach dem jeweiligen Bild oder Video suchen könnten. ANNA-MAJA LEUPOLD



Gute Inhalte sind die Basis für den Erfolg bei Instagram.

Johannes Münkkel,
Fliesenlegermeister

Fotos und Screenshots: Fliesenlegermeister Johannes



Fliesenlegermeister Johannes Münkkel zeigt auf Instagram seinen Arbeitsalltag. Sein Account zählt mittlerweile mehr als 47.000 Abonnenten.



Auf seinem Account zeigt der Unternehmer regelmäßig auch seine fertigen Arbeiten – meist packt er sogar mehrere Fotos in eine Bildergalerie.



Unternehmer Johannes Münkkel erreicht auf Instagram Millionen.



Der erfolgreichste Post war ein Reel, also ein kurzes Video. Damit hat Münkkel bislang rund 18 Millionen Aufrufe erzielt.

STARK. STÄRKER. TRANSIT.



EUROPAS ERSTE WAHL
BEI NUTZFAHRZEUGEN.*

AB € 239,- NETTO** (€ 284,41 BRUTTO)
MONATLICHE FORD LEASE FULL-SERVICE-RATE.



BEREIT FÜR
MORGEN

* Quelle: <https://www.acea.be/statistics/tag/category/by-manufacturer-registrations>
Beispielfoto eines Fahrzeugs der Baureihe. Die Ausstattungsmerkmale der abgebildeten Fahrzeuge sind nicht Bestandteil des Angebotes. ** Ford Lease ist ein Angebot der ALD AutoLeasing D GmbH, Nedderfeld 95, 22529 Hamburg, für Gewerbetreibende (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z. B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). Das Ford Lease Full-Service-Paket ist optional für € 13,64 netto (€ 16,23 brutto) monatlich erhältlich und in der Ford Lease Full-Service-Rate berücksichtigt. Eingeschlossen sind Wartungs- und Inspektionsarbeiten sowie anfallende Verschleißreparaturen in vereinbarten Umfang. Bei weiteren Fragen zu Details und Ausschlüssen zu allen Services wenden Sie sich bitte an Ihren Ford Partner. Nur erhältlich im Rahmen eines Ford Lease-Vertrages. Ist der Leasingnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein Widerrufsrecht. Z. B. Ford Transit Kastenwagen LKW 290 L2H2 Basis, Frontantrieb 2,0-l-TDCI Ford EcoBlue-Dieselmotor mit 77 kW (105 PS), 6-Gang-Schaltgetriebe, Lackierung „Frost-Weiß“, ohne Leasing-Sonderzahlung, bei 48 Monaten Laufzeit und 40.000 km Gesamtlauflistung. Leasingrate auf Basis einer UPE der Ford-Werke GmbH von € 29.600,- netto (€ 35.224,- brutto), zzgl. Überführungskosten. Details bei allen teilnehmenden Ford Partnern.



Gerade junge Mitarbeiter schwanken oft. Mit klarer Kommunikation können Sie sie mitnehmen.

Foto: pressmaster - stock.adobe.com

Mitarbeiter stärken

Als Unternehmer sind Sie es gewohnt, Unsicherheiten auszuhalten. Für Ihr Team gilt das nicht unbedingt. So können Sie verunsicherte Mitarbeiter unterstützen.

Schneller, komplexer, instabiler: Die Welt mutet uns mit ihrem Tempo einiges zu. Die Digitalisierung verändert unser Leben, Krisen fordern uns. Als Unternehmer sind Sie es gewohnt, Unsicherheiten auszuhalten und auch schnell auf Veränderungen zu reagieren. Doch das gilt nicht unbedingt für Ihr Team. „Gerade junge Leute, die im Beruf und im Leben in ihre Rolle noch hineinwachsen, fühlen sich oft unsicher“, sagt Peter Holzmaier, Geschäftsführender Gesellschafter des Beratungsunternehmens 4smove, das sich auf Mittelstand und Handwerksunternehmen spezialisiert hat. „Für das Privatleben Ihrer Mitarbeiter können Sie nicht sorgen. Aber Sie können sie durch gute Führung und Kommunikation im Betrieb resilienter, also widerstandsfähiger, gegen negative Einflüsse von außen machen.“

Stellen Sie sich ein Segelschiff vor, das bei ruhiger See beständig Fahrt macht. Entspannung an Deck,

niemand wird gefordert, auch der Kapitän nicht. Doch plötzlich schlägt das Wetter um, Sturm kommt aus, das Schiff schwankt. „Jetzt kommt es darauf an: Wenn Sie widerstandsfähige und gut aufeinander eingespielte Mitarbeiter haben, dann bekommen Sie Ihr Schiff auch sicher durch den Sturm“, sagt Holzmaier. „Wenn aber nicht jeder seine Aufgaben kennt und sich alle fragen, was zu tun ist, bricht Panik aus.“ Ganz ähnlich sei es im Betrieb: In der Krise zeige sich, wie resilient Betrieb und Mitarbeiter sind. „Wirkliche Kompetenz zeigt sich in der Krise. Und Kompetenz kommt von Können.“

Fangen Sie bei sich an

Wenn Sie Ihre Mitarbeiter stärken wollen, dann fangen Sie am besten bei sich selbst an: Wofür stehe ich, was sind meine Werte und woher ziehe ich meine Energie? „Ein Unternehmer prägt seinen Betrieb nach

innen und nach außen“, sagt Holzmaier. Wer mit sich im Reinen ist, kann auch Klarheit und Verlässlichkeit in der Führung vermitteln und so Vertrauen bei den Mitarbeitern gewinnen. „Gerade die jungen Leute schauen genauer hin und lesen viel zwischen den Zeilen. Die Mitarbeiter merken, wenn etwas nicht stimmt – und das verunsichert sie.“

Doch im Betrieb dreht sich nicht alles um Sie: „Der Chef entscheidet, wie geführt wird. Aber ob es funktioniert, entscheiden immer die Geführten“, so Holzmaier. Als Chef müsse man sich daher fragen: Über welche Art der Führung bekomme ich das bestmögliche Ergebnis für alle Beteiligten?

Nehmen Sie Kommunikation ernst

„Führen bedeutet fragen“, ist Holzmaier überzeugt. Das passiere im Handwerk zu wenig. Betriebe sind auf Aufgaben, Anweisungen und Durchführung orientiert.



Gerade junge Leute, die im Beruf und im Leben in ihre Rolle noch hineinwachsen, fühlen sich oft unsicher.

Peter Holzmaier,
Berater

„Als Chef müssen Sie aber auch Ihre Mitarbeiter wahrnehmen, um die Stärken und Schwächen richtig einschätzen zu können.“ Das funktioniere vor allem über Fragen. „Sie müssen nicht jedes Mal ein langes Mitarbeitergespräch führen“, so Holzmaier. „Nutzen Sie aber möglichst viele Gelegenheiten und versuchen Sie, durch gezieltes Fragen Ideen und Meinungen aus Ihren Mitarbeiter zu holen: ‚Wie würdest Du das angehen? Welche Lösung schlägst Du vor? Mit was kommst Du am besten zurecht?‘“ Mitarbeiter trauen sich oft nicht, ein Gespräch anzustoßen, obwohl ihnen noch etwas unklar sei. Deshalb sei aktives Fragen wichtig. „Ein konstruktives Feedback sollten Sie dann nicht vergessen“, so Holzmaier.

Erfolgslebnisse stärken Ihre Mitarbeiter

Nichts stärkt einen Mitarbeiter mehr als ein Erfolgserebnis. „Aber um Erfolg zu haben, muss er auch die richtige Rolle im Betrieb und die richtigen Aufgaben bekommen“, betont Holzmaier. Wenn Sie Ihre Mitarbeiter gut kennen, ist es leicht, ihnen die richtige Rolle zuzuweisen und nicht den handwerklich Geschicktesten ins Büro zu setzen und den Chaoten mit der Organisation zu betrauen. „Wer in der falschen Rolle steckt, ist schnell überfordert, arbeitet ineffizient und macht Fehler“, sagt Holzmaier. Die Aufgabe des Chefs sei es, die Mitarbeiter an den richtigen Platz zu positionieren, um Erfolge möglich zu machen.

Klare Arbeitsabläufe vermitteln Sicherheit

Wie laufen in Ihrem Betrieb die Arbeitsprozesse ab? Weiß jeder, was zu tun ist? Oder kommen Ihre Mitarbeiter ständig zu Ihnen, um wegen jeder Aufgabe nachzufragen? „Gute Abläufe sind wichtig, denn alles, was Routine ist, gibt Sicherheit – solange die Routine funktioniert und Sinn macht“, sagt Holzmaier.

Um sich und die Mitarbeiter auf Krisen vorzubereiten, sei es wichtig, in normalen Zeiten seine Leute an herausfordernde Aufgaben heranzuführen und eventuelle Schwierigkeiten im Blick zu behalten. „In schwierigen Zeiten kommt das zum Tragen, was vorher aufgebaut wurde“, ist Holzmaier überzeugt. Das kann bedeuten, dass Sie als Chef Ihre Mitarbeiter gut genug kennen, um eventuell Aufgaben anders zu verteilen. Aber es kann auch heißen, dass Ihr Team so eingespielt und resilient ist, dass es mit Ihnen den Betrieb gut durch Krisen steuert – wie eine eingespielte Mannschaft das Schiff durch den Sturm.

KATHARINA WOLF

Deutliches Plus nach Meisterprüfung

Neuer Gehaltsreport zeigt: Handwerker sind mehrheitlich unzufrieden mit ihrer Bezahlung. Meistertitel zahlen sich finanziell aus.

Handwerker sind mehrheitlich unzufrieden mit ihrem Gehalt. In der neuen Ausgabe des Stepstone Gehaltsreports 2021 sagten 54 Prozent der Befragten, die dem Handwerk oder technischen Berufen zugeordnet waren, sie verdienten ihrer Ansicht nach zu wenig. Das Durchschnittsgehalt der Gruppe der Unzufriedenen lag bei 38.865 Euro brutto im Jahr und damit unterhalb des Durchschnittslohns von 44.710 Euro, der laut Stepstone im Handwerk und in technischen Berufen gezahlt wird. Die Gruppe der Zufriedenen (46 Prozent) lag mit einem Durchschnittswert von 51.696 Euro deutlich darüber. Das deutsche Durchschnittsgehalt beziffert der Gehaltsreport auf knapp 57.000 Euro.

Da zu der Gruppe der technischen Berufe auch Ingenieure aus Bauwirtschaft und Industrie zählen, liegen die tatsächlich im Handwerk gezahlten Löhne noch niedriger. Das zeigt die Auswertung nach beliebigen Jobs: Während Schlosser auf ein Jahresgehalt von knapp 40.000 Euro kommen, verdienen Maler, Kfz-Mechatroniker und Tischler im Durchschnitt um 33.000 Euro.



Foto: luismolinero - stock.adobe.com

Handwerker sind oft unzufrieden mit der Höhe ihres Lohns.

Ein deutliches Gehaltsplus können Handwerker durch den Erwerb eines Meistertitels erzielen. So lag der Durchschnittsverdienst eines Meisters oder Fachwirts branchenübergreifend bei gut 48.000 Euro.

Für den Gehaltsreport 2021 wurden laut Stepstone rund 250.000 Gehaltsdaten analysiert, die im Zeitraum Januar 2019 bis September 2020 erhoben wurden. Sämtliche Zahlen beziehen sich auf das Bruttojahresgehalt inklusive Boni, Provisionen, Prämien etc. (KW)

Krankheitsgrund Chef

Wer sich vom Vorgesetzten ungerecht behandelt fühlt, ist öfter krank. Das ermittelte der Fehlzeiten-Report 2020.

Mitarbeiter, die sich von ihrem Vorgesetzten unfair behandelt fühlen, sind deutlich häufiger krank. Das Wissenschaftliche Institut der AOKs (WIdO) fand in einer Befragung von 2.500 Arbeitnehmern heraus, dass die Zufriedenen auf durchschnittlich 12,7 Arbeitsunfähigkeitstage pro Jahr

kommen, die Unzufriedenen kommen dagegen im Durchschnitt auf 15 Fehlertage.

„Gefühle Ungerechtigkeit bringt dabei insbesondere emotionale Irritationen und psychosomatische Beschwerden mit sich“, sagt Helmut Schröder, stellvertretender Geschäftsführer des



Foto: Minerva Studio - stock.adobe.com

Studie zeigt, warum Mitarbeiter erkranken.

WIdO und Mitherausgeber des Fehlzeiten-Reports 2020. Nahezu ein Viertel der Beschäftigten, die sich von Vorgesetzten ungerecht behandelt fühlen, berichten über Gefühle der Gereiztheit wie Wut und Ärger, rund jeder Fünfte klagt über Lustlosigkeit, Erschöpfung oder Schlafstörungen. Sogar körperliche Beschwerden wie Rücken- und Gelenkschmerzen (25,8 Prozent) oder Kopfschmerzen (10,2 Prozent) kommen häufiger vor.

In der Studie wurde auch gefragt, was für Mitarbeiter im Job vor allem zählt. Ergebnis: Anerkennung, Vertrauen und eine faire Streitkultur. Doch genau hier haben laut Umfrage viele Unternehmen noch Nachholbedarf: Jedem zweiten Beschäftigten (46,4 Prozent) fehlt es derzeit an gerechten Konfliktlösungen. Wertschätzung im Job vermissen 40,8 Prozent. Und auch die Rückendeckung kommt zu kurz: Rund ein Drittel (32,9 Prozent) der Befragten bemängelt, dass das Unternehmen nicht hinter dem Personal steht. (KW)

Diese drei Fehler nerven Bewerber

28.000 Jobsuchende haben abgestimmt, was sie bei Stellenanzeigen nervt. Das sind die Top 3 der nervigsten Fehler.

Mitarbeiter gesucht? Dann sollten Sie sie im Bewerbungsprozess nicht abschrecken. Bei einer Umfrage der Jobbörse Stepstone mit 28.000 Teilnehmern waren Jobsuchende vor allem von diesen drei Fehlern genervt.

1 Die Stellenanzeige ist nichtssagend: Genervt sind Bewerber, wenn die Stellenanzeige nichts aussagt. Drei von vier Befragten wünschen sich Informationen zum Gehalt. „Geld spielt vor allem bei Wechselwilligen eine Rolle“, sagt Daniel Dirkes, Inhaber der Beratungsagentur Auf Kurs. Er warnt jedoch davor, dieses Thema nach vorn zu stellen. „Dann bekomme ich Bewerber, die in erster Linie Wert aufs Gehalt legen.“ Außerdem gefragt: Informationen zu Arbeitszeiten (63 Prozent), Regelungen zu Homeoffice und flexiblen Arbeitszeitmodellen (48 Prozent).

2 Der Bewerbungsprozess ist zu kompliziert: Ein komplizierter Bewerbungsprozess schreckt Jobsuchende ab. Je einfacher er abläuft, desto größer ist die Chance, dass Bewerber am Ende zusagen – das sagen 86 Prozent. Die Praxis sieht aber anders aus. Mehr als ein Drittel vergibt nur die Schulnote 3 für Nutzerfreundlichkeit bei der Bewerbung. Ein Grund: Stellenanzeigen werden auf dem Smartphone gecheckt (72 Prozent). Bewerber erwarten, dass die Jobs dort lesbar angezeigt werden und sie sich direkt bewerben können.

3 Sie antworten im Schnecken tempo: Der Bewerber hat alle Unterlagen abgeschickt. Dann passiert oft lange nichts. Vom Beginn der Jobsuche bis zur Vertragsunterschrift dauert es im Schnitt 4,7 Monate. Manchmal erhalten Bewerber überhaupt keine Antwort. Fast 60 Prozent sagen, dass das besonders frustrierend sei. (KW)

Das müssen Sie jetzt wissen

Neue Regeln für das Elterngeld. Die Regierung verspricht mehr Flexibilität und weniger Bürokratie.

Für Kinder, die ab 1. September 2021 geboren werden, gelten neue Regelungen beim Elterngeld. Die Politik möchte damit den Wünschen der Eltern nach mehr Flexibilität entgegenkommen. Einige neue Regeln sind für Arbeitgeber besonders wichtig, denn sie betreffen Eltern, die während des Bezugs von Elterngeld in Teilzeit arbeiten.

Breiterer Stundenkorridor für Teilzeitarbeit: Der Stundenkorridor, in dem Eltern neben dem Bezug von Elterngeld arbeiten können, wird auf 24 bis 32 Stunden erweitert (bisher 25 bis 30 Stunden). Eltern können demnach im Schnitt eine Wochenstunde weniger oder auch bis zu zwei Wochenstunden

mehr arbeiten als bisher. So haben sie auch während des Bezugs des sogenannten Partnerschaftsbonus mehr Spielraum für ihre Arbeitszeit und können auf mögliche betriebliche oder persönliche Belange besser reagieren.

Flexibilität bei Partnerschaftsbonus: Den Partnerschaftsbonus erhalten Eltern, wenn beide parallel in Teilzeit arbeiten. Künftig können Eltern die Bezugsdauer flexibel zwischen zwei und vier Monaten wählen. Bisher galt eine feste Bezugsdauer von vier Monaten. Das heißt: Beide Elternteile mussten mindestens vier Monate parallel in Teilzeit arbeiten.

Weniger Bürokratie: Eltern, die während des Elterngeldbezugs erwerbstätig



Foto: Koeedir - stock.adobe.com

Beim Elterngeld gibt es neue Regelungen.

sind, werden entlastet, indem sie den Umfang ihrer Arbeitszeit grundsätzlich nur bei Beantragung nachweisen müssen. Arbeitgeber müssen also entsprechende Bescheinigungen nur einmal ausstellen. (KW)

Das Image aufpolieren

Welches Bild sich Kunden von Ihnen machen, haben Sie selbst in der Hand.



men sind diejenigen, die nicht darauf achten, was andere machen, sondern sich auf ihre Kunden, deren Wünsche und die eigene Markenpositionierung konzentrieren.“

4. Werden Sie Nr. 1 im regionalen Markt!

Die Nachfrage ist noch immer gut, sogar trotz Corona? Das sei die beste Voraussetzung, um sich klarer als bisher zu positionieren, rät Moortz. „Wir leben alle seit Jahren in der großen Filterblase, dass es gut läuft und uns nichts passieren kann. Aber das muss nicht so bleiben“, betont der Experte. Spätestens wenn die Auftragslage einmal wieder schlechter wird, werde sich zeigen, an welchen Betrieb die Kunden dann bei der Auftragsvergabe denken: an denjenigen, der alles Mögliche anbietet, oder an denjenigen, der als der Experte für diese Leistungen bekannt ist.

5. Fokus nicht nur auf die Ausführung

Zu einem gelungenen Image gehört es für Moortz, dass die Kunden einen Betrieb nicht nur als ausführenden Handwerker wahrnehmen. „Viele Betriebe leisten so viel mehr: Beratung, Planung und Koordination – da ist die Ausführung nur ein Baustein.“ Ob und wie gut Kunden dafür zahlen, sei auch eine Frage des Images.

„Das Image als planender, koordinierender und ausführender Handwerker erlangt man nur, wenn man das auch so bei jeder Gelegenheit kommuniziert und nicht als Zusatzleistungen still und leise nebenbei erledigt“, weiß der Berater. „Aber wenn es zu Ihrem Image gehört und Sie es kommunizieren, dann bekommen Sie Geld für die Beratung, für die Planung, für die Koordination ...“

6. Ihr Image muss sich im Alltag spiegeln!

Das beste Image hat nicht lange Bestand, wenn es sich nicht im Alltag zeigt und beweist: Unzufriedene Mitarbeiter, veraltetes Werkzeug, unansehnliche Arbeitskleidung, heruntergekommene und unordentliche Fahrzeuge – all das sind für Moortz echte Imagekiller. „Das gilt nicht nur für die Kunden, sondern auch für die Mitarbeitergewinnung“, betont der Experte.

„Selbst wenn ich mit der Auftragslage völlig zufrieden bin, sollte ich an meinem Image arbeiten und in mein Team und die Ausstattung investieren. Denn nur so komme ich an gute neue Mitarbeiter – an diejenigen, die an tollen Projekten in einem starken Unternehmen arbeiten wollen und deswegen zu einem Wechsel bereit sind.“ JÖRG WIEBKING

Der wichtigste Baustein in der Akquise und Mitarbeitergewinnung ist Ihr Image. Woran Kunden und Mitarbeiter bei Ihrem Betrieb denken, können Sie festlegen!

Sie haben als Handwerksbetrieb Kunden und Mitarbeitern so viel zu bieten – aber wissen die das auch? Egal, wie viel Sie erzählen, erklären und werben: Im Kopf der Menschen bleibt meist nur wenig hängen, das Wichtigste eben. Das können Sie sich zunutze machen, wenn Sie an Ihrem Image arbeiten. „Mit dem richtigen Image wird alles leichter, die Kommunikation, Preisverhandlungen und auch die Mitarbeitergewinnung“, weiß der auf Handwerksbetriebe spezialisierte Strategieberater und Coach Thorsten Moortz.

1. Wie soll Ihr Image sein?

Der erste schnelle Eindruck zählt. Das gilt auch für den ersten Kundenkontakt, egal ob indirekt auf Ihrer Website oder im persönlichen Gespräch. „Darum ist es wichtig, dass ich mir selbst erst einmal darüber klar werde, welches Image ich vermitteln will“, betont

Moortz. Je kürzer und verständlicher dieses Image sei, desto leichter setze es sich auch in den Köpfen der Kunden fest.

Um Klarheit über das eigene Wunsch-Image zu bekommen, rät Moortz zu einer einfachen Übung: „Stellen Sie sich vor, Sie lernen in Ihrem Netzwerk ein neues Mitglied kennen und haben genau 15 Sekunden – was erzählen Sie dann über sich?“ Zählen Sie nicht alle Leistungen, Services und Besonderheiten auf, sondern kommen Sie auf den Punkt: „Wir sind die Spezialisten für tolle Wohnräume, indem wir Ihre Wünsche zum Leben erwecken.“

Diese Klarheit, wofür jemand steht, löse viele Probleme, sagt Thorsten Moortz: „Sie müssen nicht mehr einen riesigen Bauchladen erklären, den andere auch haben. Stattdessen haben Sie eine klare Kommunikation und wissen immer ganz genau, was Sie wo schreiben und zeigen.“

2. Was macht Ihnen Spaß und bringt Geld?

Problematisch wird es allerdings mit dem klaren Image und der Kommunikation für Handwerksbetriebe, die mehrere Geschäftsfelder bedienen. „Konzentrieren Sie sich auf das, was Ihnen Spaß macht und womit Sie Geld verdienen können“, rät Moortz. Wenn das tatsächlich für zum Beispiel zwei Geschäftsfelder gilt, dann bräuchten allerdings alle zwei ein eigenes Image und die dazu passende Kommunikation – einschließlich eigener Websites und getrennter Werbung. Moortz: „Wenn ich geile Heizungen und geile Bäder mache, dann verkaufe ich beides mit ganz anderen Bildern. Bei der Heizungsanlage geht es um Kosten, Technik, Funktionen. Beim Bad geht es um Gestaltung.“

3. Nicht auf die Wettbewerber schauen!

Moortz hält nicht viel vom Blick nach links und rechts auf die Konkurrenz: „Die erfolgreichsten Unterneh-



„Mit dem richtigen Image wird alles leichter.“

Thorsten Moortz,
Strategieberater

Selbstbewusst kommuniziert

Die Freiberuflerin Dani Donovan hat 9 Fehler in ihrer E-Mail-Kommunikation entdeckt – und behoben. Ihre E-Mail-Tipps wurden zum Instagram-Erfolg.

Sie sind schnell geschrieben, unheimlich praktisch und erleichtern uns die Kommunikation. Doch sie werden auch gerne missverstanden und türmen sich zu großen digitalen Haufen im Postfach auf: E-Mails. Kein Tag im Unternehmerrdasein kommt ohne die elektronischen Briefe aus.

So hat jeder von uns wohl schon nervenraubende Erfahrungen mit E-Mails gemacht. Haben Sie zum Beispiel schon mal gefühlt eine halbe Stunde an den passenden Formulierungen gefeilt, bis der Inhalt in der passenden Form war? Oder ärgert es Sie, Zeit mit Kommunikationspartnern zu verschwenden, die sich gerne um klare Aussagen drücken?

Die amerikanische Freiberuflerin Dani Donovan hat solche Scherereien bei sich beobachtet. Also hat sie sich bewusst gemacht, wie sie E-Mails schreibt und dabei einige schlechte Angewohnheiten entdeckt: zu viele Relativierungen, Entschuldigungen und unnötige Formulierungen. Als Service für ihre Instagram-Follower stellte sie neun E-Mail-Situationen mit den schlechten Formulierungen und jeweils besseren Kommunikationsalternativen in das Netzwerk. Mit Erfolg: Der Post bekam über 15.000 Likes. (DEG)

Wir haben den Inhalt für Sie übersetzt. Das PDF finden Sie unter dem Kurzlink svg.to/tippmail

Gefragt: Online-Terminplanung

Per Online-Buchungstool zum Termin. Das kommt gut an: Laut einer Studie wünschen sich Kunden mehr solcher Angebote.

Die Online-Suche gewinnt weiter an Bedeutung, wie eine aktuelle Studie von „Das Telefonbuch“ und dem Marktforschungsinstitut Forsa zeigt. 89 Prozent der Verbraucher, die einen Dienstleister beauftragen wollen, würden demnach im Netz suchen. 2019 waren es noch 86 Prozent.

Doch für Betriebe ist es nicht nur wichtig, dass sie im Netz gefunden werden. Auch digitale Tools und Vertriebswege sind für Kunden von Bedeutung. So gaben 64 Prozent der Befragten an, dass sie wegen Corona Anbieter bevorzugen, die digitale Tools und kontaktlose Angebote einsetzen.

Doch welche Angebote nutzen Verbraucher aktuell? Laut Studie haben wegen der Pandemie 60 Prozent Vorbestell- und Abholmöglichkeiten im Geschäft genutzt, weitere 39 Prozent der Befragten haben Termine online über ein Terminbuchungs-Tool vereinbart und knapp ein Drittel gab an, zusätzliche Kontaktangebote per E-Mail oder Chat zu nutzen.

Gerade bei den Terminplanungs-Tools scheint aber noch Luft nach oben zu sein: 78 Prozent der Studienteilnehmer wünschen sich, dass mehr Unternehmen eine Online-Terminvereinbarung anbieten. Das sind 10 Prozent mehr als noch vor zwei Jahren.

Mehr als ein Drittel der Studienteilnehmer ist davon überzeugt, dass die Corona-Pandemie den Bedarf nach Online-Buchungstools verstärkt hat. Rund 50 Prozent der Befragten gehen von einem unveränderten Bedarf aus. (AML)



Termine bequem online beim Dienstleister buchen: Laut einer aktuellen Studie wünschen sich 78 Prozent der Kunden von mehr Unternehmen ein solches Angebot.

Für Profis wie Dich.
Der HORNBACK ProfiService.

Geballter Service für Handwerk und Gewerbe

- Eigener Ansprechpartner – persönlich im Markt und mobil erreichbar
- Schnelle Abwicklung und Unterstützung bei allen Anliegen
- Kauf auf Rechnung mit der ProfiCard und monatliche Einkaufsübersicht
- Qualitätsmarken und riesige Sortimentsauswahl
- Große Mengen auf Lager und über 200.000 Artikel bestellbar auf hornbach.de

Noch mehr Vorteile und Infos unter hornbach-profi.de oder direkt beim ProfiTeam im Markt

Es gibt immer was zu tun.

Kunde fragt nach Rabatt? Super!

Ein Kunde, der nach einem Rabatt fragt, ist kaufbereit – auch ohne Prozente oder Extras. Wie Sie das für Ihren Abschluss nutzen, verrät Fachautor Heiko T. Ciesinski.

Kennen Sie von Ihren Kunden Aussagen wie „Das Angebot gefällt uns gut. Was geht denn am Preis noch?“. Oder „Ihr Wettbewerber ist aber um einiges günstiger. Wie viel können Sie uns denn noch entgegenkommen?“. Viele Handwerker antworten dann so etwas wie „Eigentlich geht da nichts mehr“ oder „Was haben Sie sich denn vorgestellt?“. Oder „Wo müssten wir denn hin?“. Mit diesen Antworten laden Sie Ihren Kunden zur Preisverhandlung förmlich ein. Dabei muss das gar nicht sein, denn die meisten Kunden würden auch ohne Rabatt kaufen.

Kunden bluffen – sie können kaum anders!

Mal angenommen, Sie wollten sich ein Auto kaufen. Als Budget haben Sie 20.000 Euro veranschlagt. Sie finden nun Ihr Wunschauto für 17.000 Euro, also 15 Prozent unter Ihrem Budget. Sie schauen sich das Fahrzeug an, machen eine Probefahrt, sind begeistert und entscheiden, dass Sie das Fahrzeug kaufen wollen. Was sagen Sie dem Verkäufer? „Ein tolles Auto zu einem wirklich günstigen Preis. Es liegt sogar 15 Prozent unter meinem Budget. Ich nehme es mit.“ Oder würden Sie so etwas sagen wie „Das Auto gefällt mir schon. Ich habe noch ein ähnliches Fahrzeug gesehen, das um einiges günstiger ist. Was geht denn noch am Preis?“

Über 90 Prozent der Teilnehmer meiner Seminare geben an, dass sie bei einem Kaufwunsch immer fragen würden, was noch am Preis geht. Das ist verständlich: Ansonsten würde das Gefühl bleiben, man hätte zu viel bezahlt. Und kein Mensch möchte für eine Leistung mehr zahlen als notwendig. Kennen Sie das Gefühl auch?

Deshalb fragen Kunden grundsätzlich, ob am Preis noch was geht. Und üben dabei einen leichten Druck auf den Handwerker aus. Sie verpacken diese Frage oft in eine Geschichte. Da spielt dann der Wettbewerber mit seinem angeblich günstigeren Angebot eine große Rolle. Und oft ist das Angebot auch noch viel besser als Ihr Angebot – behauptet zumindest der potenzielle Kunde.

Haben Sie sich schon mal gefragt, warum der Kunde unbedingt bei Ihnen kaufen möchte, obwohl das Wettbewerbsangebot so viel günstiger ist?

Kunden, die nach einem Rabatt fragen, wollen kaufen

Nun stellen Sie sich die gleiche Situation wie oben vor mit dem Unterschied, dass Sie das Fahrzeug nicht kaufen möchten – auch nicht mit einem hohen Nachlass. Was sagen Sie nun dem Verkäufer? Wahrscheinlich so etwas wie „Ich habe mir das Fahrzeug anders vorgestellt. Es gefällt mir nicht. Trotzdem danke“. Würden Sie mit dem Verkäufer um den Preis verhandeln, wenn Sie nicht kaufen wollten? Natürlich nicht – denn es macht doch keinen Sinn. Es wäre Zeitverschwendung, weil Sie ja nicht kaufen wollen.

Merke: Kunden, die nicht kaufen wollen, verhandeln nicht. Und Kunden, die verhandeln und nach einem Rabatt fragen, können sich den Kauf bei Ihnen vorstellen. Denn wenn sie es sich nicht vorstellen könnten, dann würden sie auch nicht verhandeln.

Wenn der Kunde beim nächsten Mal nach einem Rabatt fragt, dann freuen Sie sich, denn Sie wissen

ja nun: Der Kunde ist grundsätzlich kaufbereit. Und das ist doch eine gute Botschaft und hilfreich für das weitere Verkaufsgespräch.

Der Preis ist nicht entscheidend

Wenn der Preis entscheidend wäre und Kunden immer das günstigste Produkt oder die günstigste Leistung kaufen würden, dann dürfte es nur eine Automarke, nur einen Joghurt-Hersteller und nur ein Fitnessstudio im Ort geben. Die Realität sieht jedoch ganz anders aus. Schauen Sie bitte mal an sich herunter und fragen Sie sich, ob es die Schuhe, die Hose, Ihr Hemd oder Shirt oder Ihre Uhr nicht auch günstiger gegeben hätte. Und? „Ja, aber nicht in der Qualität.“ „Ja, aber nicht in dieser Optik.“ „Ja, aber nicht von dieser Marke.“

Das heißt doch, dass Sie sich nicht für das günstigste Produkt entschieden haben, weil andere Gründe am Ende wichtiger waren als der Preis, richtig? Und so ist es auch bei Ihrem Kunden. Ihr Kunde ist auch bereit, mehr Geld auszugeben, wenn ihm klar ist, was er dafür bekommt. Und wenn es ihm diese Mehrausgabe wert ist.

Wenn der Kunde nach einem Rabatt fragt, dürfen Sie fest davon ausgehen, dass er sich schon entschieden hat – für Ihre Qualität, Ihre Optik, Ihre Marke ... Und dass er Ihren Preis dafür zahlen wird, auch ohne Rabatt.

Warum glauben wir dennoch, dass der Preis entscheidend ist?

Wir hören jeden Tag von unseren Kunden, dass der Preis entscheidend ist und dass wir den Auftrag nur bei einem Nachlass bekommen. Also geben wir den Nachlass und bekommen den Auftrag. Also ist der Rabatt der Grund für den Auftrag? So sieht es zumindest aus – als ob es einen ursächlichen Zusammenhang zwischen Rabatt und Auftrag gäbe. Die Ursache Rabatt führt zur gewünschten Wirkung Auftrag.

Wenn Sie diese Erfahrung, dass der Rabatt zum Auftrag führt, einige Male gemacht haben, dann sind Sie – wie die meisten Verkäufer – überzeugt, dass der Rabatt und damit der Preis entscheidend sind im Verkauf. Und wenn Sie erst einmal davon überzeugt sind, dass der Preis im Verkauf entscheidend ist, dann werden Sie auch alle Rabattsignale des Kunden wahrnehmen, die Ihre Annahme bestätigen.

Eine Aussage wie „Das Angebot ist aber ganz schön teuer“ werden Sie als Hinweis auf eine Rabattforderung deuten – nach dem Motto „Da muss ich heute wieder etwas geben“. Man spricht hier von selektiver Wahrnehmung: Sie nehmen nur die Signale wahr, die zu Ihrer Annahme passen. Und wahrscheinlich werden Sie dem Kunden einen Nachlass geben. Sie haben sich damit am Ende wieder bestätigt, dass verkaufen nur mit Preisnachlässen möglich ist. Aber vielleicht wäre es ja auch möglich gewesen, ohne den Rabatt zum Auftrag zu kommen!?

Sagen Sie einfach mal Nein!

Welches ist die für Sie günstigste Antwort auf die Frage „Geht am Preis noch was?“. Wenn Sie keinen Nachlass geben möchten, dann ist die für Sie günstigste Antwort: „Nein“. Dann sagen Sie doch einfach künftig mal Nein.



Fotos: David Hoevelmann | Drobot Dean - stock.adobe.com



Kunden erfinden manchmal sogar Geschichten, um an Rabatte zu kommen. Bleiben Sie dennoch beim Nein! Und das ganz freundlich.



Das freundliche Nein besteht dann aus dem Nein plus dem Zusatz, dass Sie am Preis nichts mehr machen können.

Heiko T. Ciesinski, Vertriebsprofi

Ein einfaches Nein klingt sehr hart und je nach Betonung auch ein wenig unfreundlich. Formulieren Sie deshalb ein freundliches Nein:

- Das freundliche Nein besteht dann aus dem Nein plus dem Zusatz, dass Sie am Preis nichts mehr machen können.
- Am besten schieben Sie jetzt noch eine Begründung nach, warum Sie dem Kunden schon den besten Preis gegeben haben.
- Gründe können sein, dass Ihr Kunde ein langjähriger Stammkunde ist, dass Sie ihn unbedingt als Neukunden gewinnen möchten oder dass der Kunde Sie vor der Angebotserstellung schon darum gebeten hat, ihm einen guten Preis zu machen.

Viele Kunden, insbesondere Privatkunden, geben sich mit dem ersten Nein schon zufrieden und rücken von ihrer Rabattforderung ab. Sie machen jetzt einfach den Abschluss und haben den Auftrag bekommen – ohne Rabatt oder Skonto.

Manche Kunden, insbesondere professionelle Einkäufer, werden auf ihrer Rabattforderung bestehen und ein weiteres Mal einen Rabatt fordern. So wie der Kunde seine Forderung wiederholt, so wiederholen auch Sie Ihr freundliches Nein. Nehmen Sie andere Worte, damit es nicht wie auswendig gelernt klingt. Die Botschaft bleibt jedoch die gleiche: Nein, es gibt keinen Nachlass. HEIKO T. CIESINSKI

Über den Autor: Heiko T. Ciesinski ist Experte für Kommunikation & Vertrieb – insbesondere für das Thema „Verkaufen ohne Rabatte“. Die Presse nennt ihn den „Pep Guardiola des Verkaufstrainings“. Seine Kunden kommen unter anderem aus dem Handwerk (z. B. Zentralverband des Deutschen Handwerks) und dem Mittelstand. Das Motto „Rabatte gehören ab sofort der Vergangenheit an. Versprochen!“ Weitere Infos unter verkaufen-ohne-rabatte.de und heiko-t-ciesinski.de

MARKTPLATZ

BARTHAU
ANHÄNGERBAU
Pritsche PT
entspricht dem neuen Prüfverfahren WLTP
Befestigung rundum
Für Leicht-LKW und Transporter ... mit Ladungssicherung **TOPZURR® 21**
BARTHAU ANHÄNGERBAU GMBH
D-74547 Untermünkheim-Brachbach
Tel. 0 79 44 83-0 • www.barthau.de

Hallenbau
NEUE HALLE?
www.elf-hallen.de

Visionen brauchen Planung mit Stahl!
JANNECK
Stahlhallen & Stahlbau
T: 04475 92930-0
Zum Gewerbegebiet 23 49696 Molbergen
www.stahlhallen-janneck.de

Blech-/Metallbearbeitung
WIR BIEGEN FÜR SIE
CN-gesteuerte Biegemaschinen
HOKLARTherm
FERTIGUNGSTECHNIKEN
info@fertigungstechniken.de
Tel. (04489) 92 81-0
Sonderposten günstig abzugeben:
Alu-Flach 40 x 3 / 60 x 4 / 60 x 8 mm
in Längen bis 12,00 m

Ankäufe
MSH **second machines** Suchen ständig gebrauchte
SCHREINEREMASCHINEN
auch komplette Betriebsauflösungen
MSH-nrw GmbH • Tel. 02306 941485
info@msh-nrw.de • www.msh-nrw.de

Verkäufe
Treppenstufen-Becker
Besuchen Sie uns auf unserer Homepage - dort finden Sie unsere Preisliste!
Tel. 05223 188767
www.treppenstufen-becker.de

SDH
GmbH
SERVICEGESELLSCHAFT
DEUTSCHES HANDWERK
GÜNSTIGE FIRMENWAGEN FÜRS HANDWERK
JETZT KOSTENLOS REGISTRIEREN UND NACHLÄSSE EINSEHEN
Telefon: 089-92 13 00 530 • www.sdh.de

Gewerbliche Immobilien
Vermietung!
Werkstatt in Seelze/
Hannover
■ für Handwerk oder Kleingewerbe zu vermieten, ca. 100 qm, Raumhöhe 2,45 m.
Tel. 0171/8318427

So werden Ihre Ideen erfolgreich

Handwerksmeister Nils Greese ist mit einer neuen Geschäftsidee im alten Betrieb durchgestartet. Hier verrät er seine wichtigsten Erkenntnisse.

Tischlermeister Nils Greese hat für sein Unternehmen einen ganz neuen Markt entdeckt. Die Geschäftsidee: Er importiert Whiskyfässer aus Schottland, baut sie zu Möbelstücken um und verkauft sie weiter. Aus dem regional tätigen Betrieb aus Mecklenburg-Vorpommern wurde innerhalb weniger Jahre eine Tischlerei mit Kunden in ganz Deutschland und Europa. Reiner Zufall ist der Erfolg nicht. Nils Greese hat hart dafür gearbeitet und die richtigen Entscheidungen getroffen. Hier verrät er, wie eine Geschäftsidee zum Erfolg werden kann.

Tipp 1: Hartnäckig bleiben

Aller Anfang ist schwer. Da hat Nils Greese mit seiner Geschäftsidee keine Ausnahme gemacht. Seine größte Herausforderung bestand darin, bezahlbare Quellen für die Rohware seiner Produkte zu erschließen: die schottischen Whiskyfässer. „Anfangs waren die Versuche, in Schottland Geschäftskontakte zu knüpfen, sehr ernüchternd“, sagt Greese. Doch seine Hartnäckigkeit und der Glaube an seine Geschäftsidee halfen ihm durch diese Phase. „Ich habe die Unternehmen immer wieder angeschrieben, sie besucht, kleine Präsente vorbeigebracht, bis ich irgendwann ein Bein in der Tür hatte.“

Tipp 2: Frühzeitig ins Online-Marketing einsteigen

„Ich war von Anfang an sehr aktiv auf Facebook“, erzählt Tischlermeister Nils Greese. Auch heute bildet das Social-Media-Netzwerk noch vor Instagram den Kern seiner Werbestrategie. Jeden Tag postet das Unternehmen auf Facebook etwas für seine Fans. „Als Informationsplattform ist dieser Kanal für uns enorm wichtig. Darüber lotsen wir auch sehr viele Kunden auf unseren Online-Shop“, erklärt Greese. Auch Werbung schaltet Greese auf Facebook – das wirkte sich sofort auf die Verkäufe von whiskyfässer.com aus.

Tipp 3: Präsenz auf Messen zeigen

Nils Greese zeigt sich und sein Unternehmen auf allen wichtigen Whiskymessen in Deutschland. Hier knüpft er Kontakte zu neuen Kunden und Geschäftspartnern, macht sich bekannter und erlebt hautnah, wie gut seine Produkte bei den Käufern ankommen. „Im letzten Jahr wurden natürlich fast alle Messen wegen der Corona-Situation abgesagt. Eine Open-Air-Messe in Berlin fand aber statt – und die hat uns wieder eine Menge gebracht“, erklärt der Handwerker. Auch in diesem Jahr rechnet Greese damit, sich im September auf den Berliner Outdoor-Messen Whiskyfest und Whiskyherbst präsentieren zu können.

Tipp 4: Einen soliden Online-Vertrieb aufbauen

Nils Greese hat beim Online-Vertrieb einiges ausprobiert, sich mit Online-Shops, Ebay und Amazon beschäftigt. Die wichtigste Erkenntnis für den Unternehmer war daraus: „Was wir nicht brauchen, sind möglichst viele Vertriebskanäle. Die verursachen nur unverhältnismäßig viel Mehrarbeit und Kosten. Wir brauchen vor allem einen richtig guten Online-Shop.“ Der Online-Shop war für das Unternehmen von Anfang an sehr wichtig. Die Tischlerei hat ihren Sitz in der Nähe von Rostock mit wenig Publikumsverkehr. Durch den Online-Shop hat sie sich europaweit Kundschaft aufgebaut. Vor etwa anderthalb Jahren hat das Unternehmen den Shop neu aufgesetzt. Der neue Online-Shop von whiskyfässer.com sei übersichtlicher, schneller, viel umfangreicher und kundenfreundlicher als der alte. „Das hat unsere Verkäufe nochmal richtig angekurbelt“, berichtet der Unternehmer.

Tipp 5: Förderung nutzen

Wo Unternehmen Geld in ihren Erfolg investieren, gibt es auch Programme von Bund und Ländern, die sie dabei unterstützen. Nils Greese nutzt die Mittel, wenn es sich anbietet. Beispiel: „Für den Neuaufbau unseres Online-Shops mit unserer Agentur erhielten wir einen Zuschuss über das bundesweite Förderprogramm Go Digital“, berichtet der Unternehmer. Auch als sich das Unternehmen vergrößert hat – mehr Lagerfläche wurde erschlossen, neue Maschinen wurden angeschafft und das Dach erneuert –, gab es Unterstützung. „Über die Förderung der ländlichen Entwicklung haben wir einen schönen Zuschuss vom Landwirtschaftsministerium erhalten“, erklärt Greese. Förderung beantragt der Unternehmer zudem für seine Präsenz auf Messen. „Das Land zahlt 50 Prozent dazu, so wird finanziell eine runde Sache aus den Besuchen.“

Tipp 6: Netzwerke über persönliche Kontakte aufbauen

Nils Greese achtet darauf, persönliche Kontakte zu knüpfen, zu pflegen und auszubauen. „Über persönliche Empfehlungen kommt man von einem Kontakt zum anderen“, erzählt der Handwerker. Das Netzwerken sei für sein Geschäft unerlässlich, um neue Lieferanten und Kunden kennenzulernen. Normalerweise ist der Unterneh-



Der Tischlermeister hat seine Ziele klar im Fokus.

”

Wir brauchen vor allem einen richtig guten Online-Shop.

Nils Greese, Tischlermeister

Fotos: Babian Nockel



Ist mit Möbeln aus Whiskyfässern durchgestartet: Tischlermeister Nils Greese.

mer mehrmals im Jahr auch persönlich in Schottland, um seine Lieferantenkontakte zu pflegen und persönlich neue Fässer für seinen Online-Shop abzuholen. „Hier legen uns Corona und der Brexit aktuell einige Steine in den Weg. Es kostet uns Kraft, aber wir überwinden auch diese Hürden – und sehen gute Aussichten für die Zukunft.“

Tipp 7: Ziele setzen

Nils Greese hat ein klares Ziel für sein Unternehmen vor Augen. „Ich will für Whiskyfässer und Fassdeckel zu Dekorationszwecken

der größte Anbieter in Festlandeuropa werden.“ Dafür stellt er die Weichen, indem er die Stellung seines Unternehmens durch ausgewogenes Marketing festigt und seine Netzwerke ausbaut. Seit einem Artikel über ihn in der Zeitschrift „Der Whisky-Botschafter“ habe das Unternehmen nochmal an Popularität in der Szene gewonnen. Dort schalte whiskyfässer.com nun regelmäßig Anzeigen. Zudem plane der Betrieb im Sommer Aktionen zum 90-jährigen Bestehen der Tischlerei. „All diese Aktivitäten helfen uns, unsere Bekanntheit zu steigern, um unserem Ziel immer näherzukommen“, sagt Greese. **DENNY GILLE**

Bis zu 30 %
Energie sparen
mit neuer Heizung:
ohne Risiko,
ohne Invest^{1,2}

Neue Heizung für 0,- €¹ Invest

Das Komplett-Service-Paket von EWE business Wärme

EWE business Wärme ist die effiziente Wärmelösung für Ihr Unternehmen. Sie schonen dabei Ihr Investitionsbudget und gleichzeitig die Umwelt. Und so einfach ist es: Wir installieren für Sie eine moderne Heizanlage und sorgen für den reibungslosen Betrieb. Wartung, Reparatur und Schornsteinfeger sind bereits inklusive. Sie kaufen nur noch die Wärme und müssen sich um nichts weiter kümmern.

Jetzt beraten lassen:

Tel. 0441 803-1520
E-Mail: business-waerme@ewe.de
ewe.de/business-waerme

EWE business. Mit uns läuft's.

1) Keine eigene Investition. Für das Leistungspaket business Wärme wird ein Grundpreis (GP1) für Anlagenbereitstellung und -Betrieb berechnet. Hinzu kommt ein Grundpreis (GP2) für die anfallenden verbrauchsunabhängigen Netznutzungsentgelte und der Arbeitspreis (AP) für die Energieeinsatzmenge/ Erdgasmenge zzgl. CO₂-Abgabe. Der Vertrag hat eine Laufzeit von zehn Jahren und verlängert sich um jeweils fünf Jahre, wenn er vorher nicht mit einer Frist von neun Monaten in Textform gekündigt wird. 2) Das tatsächliche Einsparpotential richtet sich nach den individuellen Gegebenheiten.

Neue Transporter für Ihren Fuhrpark

Auch auf dem Transporter-Markt ist noch einiges los in diesem Jahr. Wir sagen, welche neuen Nutzfahrzeuge noch 2021 auf die Straße rollen.



Die Hersteller geben Gas und umwerben die handwerklichen Fuhrparks mit zahlreichen neuen Transporter-Modellen. Ein großes Thema ist dabei wie hier bei Citroën die Elektromobilität.

Was gibt's Neues an der Transporter-Front? Mit Blick auf das restliche Jahr 2021 noch eine ganze Menge. Einige komplett neue Modelle stehen ebenso zur Wahl wie elektrifizierte Varianten bekannter Baureihen. Wir wagen einen Blick in die unmittelbare Transporter-Zukunft.

Ford

Ford hat bereits im letzten Jahr die Einführung des elektrischen Transit angekündigt. Ende 2021 werden wohl die Bestellbücher geöffnet, die ersten Auslieferungen sind aber nicht vor Anfang 2022 zu erwarten. Als einzige Nutzfahrzeug-Neuheit des Jahres 2021 sind bei Ford deshalb die Ranger-Sondermodelle Stormtrak und Wolftrak zu nennen.

Hyundai

Bei Hyundai steht noch dieses Jahr die Rückkehr ins Segment der Großraumlimousinen an. Vor Kurzem haben die Koreaner erste Bilder des Staria veröffentlicht, eines futuristisch gezeichneten Vans vom Schlage eines VW Multivan. Bei der Pkw-Variante wird es aber nicht bleiben. Zwar hält sich Hyundai mit Details zu weiteren Staria-Varianten noch bedeckt, eine Transporter-Variante können die Kunden aber sicher erwarten.

Mercedes-Benz

Die Neuaufgabe des kompakten City-Transporters Citan steht im zweiten Halbjahr 2021 bei Mercedes-Benz Vans im Fokus. Details zur Generation zwei nennen die Stuttgarter noch nicht, auch ein konkreter Markteinführungstermin wird noch nicht

genannt. Wer sich für den neuen Citan und seinen jetzt T-Klasse genannten Pkw-Ableger interessiert, sollte aber schon mal einen Blick auf den neuen Renault Kangoo werfen – denn auch Citan Nummer zwei kommt auf französischer Basis.

Nissan

Nissan fährt dieses Jahr gleich zwei Nutzfahrzeug-Neuheiten vor. Im Mai startet der geliftete NV300, der nicht nur eine neue Nase, sondern auch einen neuen 2,0-Liter-Dieselmotor bekommt. Im zweiten Halbjahr kommt außerdem der Nachfolger des NV250. Der Kompakt-Transporter basiert wie sein Vorgänger und der Mercedes Citan auf dem Renault Kangoo und läuft auch in Frankreich vom Band.

Renault

Kommen wir zum originalen französischen Kleintransporter, dem Renault Kangoo. Ab Mitte Juni rollt er in zwei Längen auf die Straße, bis 2022 ausschließlich als Verbrenner, erst nächstes Jahr auch als Elektroversion. Eine optionale Besonderheit ist die fehlende B-Säule auf der Beifahrerseite, die für mehr Ladekomfort sorgen soll. Die Kurz- und Einstiegsversion als dritte Version verliert künftig den Namen Kangoo und firmiert ausschließlich als Renault Express. Sie ersetzt gleichzeitig den Dacia Dokker. Ende Mai gibt es – wie für den baugleichen Nissan NV300 – außerdem ein Facelift für den Trafic Combi.

Stellantis: Citroën, Fiat Professional, Opel und Peugeot

Die Marken des Stellantis-Konzerns beweisen Harmonie in ihrer Nutzfahrzeug-Planung für das

laufende Jahr und setzen vor allem auf die weitere Elektrifizierung des Transporter-Sortiments. So starten noch im ersten Halbjahr 2021 die Elektroversionen der großen Transporter Fiat E-Ducato, Citroën E-Jumper und Peugeot E-Boxer. Bei Ducato, Jumper und Boxer können Kunden außerdem im Jahresverlauf eine grundlegende Renovierung erwarten.

Auch am anderen Ende der Palette geht es Ende 2021 um neue Elektroversionen. Dann liefern Citroën, Peugeot und Opel die ersten Exemplare von E-Berlingo, Combo-e und E-Partner aus. Die Rüsselsheimer präsentieren ebenfalls zum Jahresende einen komplett neuen Movano, ebenfalls als Elektrovariante.

Toyota

Auch Toyota setzt auf die Elektrifizierung seiner Nutzfahrzeugpalette. Das überrascht kaum, sind die Proace-Modelle der Japaner doch baugleich mit Citroën Jumpy, Opel Vivaro und Peugeot Expert. Nur konsequent also, mit dem Proace Electric auf lokal emissionsfreien Antrieb zu setzen. Und auch das Schwestermodell von Berlingo und Co, den Proace City, gibt es ab Herbst vollelektrisch.

Volkswagen Nutzfahrzeuge

Einen richtigen neuen Transporter präsentiert Volkswagen Nutzfahrzeuge 2021 nicht. Vom Stapel lassen die Hannoveraner jedoch den neuen T7. Auf MQB-Basis wird es ihn jedoch ausschließlich als Pkw Multivan geben. Für Nutzfahrzeugkunden stehen weiterhin die Transporter und Kombis der Baureihe T6.1 zur Wahl.

CHRISTIAN FREDERIK MERTEN



Fotos: Hersteller

SDH[®]

GmbH

SERVICEGESELLSCHAFT
DEUTSCHES HANDWERK

GÜNSTIGE FIRMENWAGEN FÜRS HANDWERK

JETZT KOSTENLOS REGISTRIEREN UND
NACHLÄSSE EINSEHEN

Telefon: 089-92 13 00 530 • www.sdh.de

Uriges Design, viel Technik

Der Hersteller des berühmten London-Taxis geht unter die Transporter-Anbieter. Der LEVC VN5 lässt sich fast 100 Kilometer elektrisch fahren.



Fotos: LEVC

Mit dem VN5 bringt LEVC einen neuen Transporter nach Kontinentaleuropa.

Mit dem LEVC VN5 kommt nicht nur ein neues Transporter-Modell nach Deutschland, sondern auch eine komplett neue Marke. LEVC steht für London Electric Vehicle Company, ist eine Tochter des

chinesischen Geely-Konzerns und vor allem durch die Neuaufgabe der legendären London-Taxis bekannt. Die fahren mittlerweile elektrifiziert vor, und auf derselben Plattform bietet LEVC jetzt auch den Transporter VN5 an. Live konnten wir den Lastesel leider

(noch) nicht erleben, Unternehmenskonzept sowie die Strategie des CEOs und Ex-Audi-Managers Jörg Hofmann können wir an dieser Stelle aber bereits vorstellen.

Bislang entfallen 80 Prozent des LEVC-Absatzes auf den Heimatmarkt



Die Plattform bietet viel Potenzial.

Jörg Hofmann, CEO LEVC, zum möglichen Ausbau der Transporter-Palette der Engländer

Großbritannien. „Bis 2023 möchten wir aber 60 Prozent unserer Fahrzeuge in Kontinentaleuropa verkaufen“, erklärt Hofmann. „Genau hier kommt unser Transporter-Modell VN5 als Kernsäule unserer Strategie ins Spiel: Es steht komplett in der Tradition unseres Unternehmens, Fahrzeuge zu bauen, die unsere Kunden zielgenau in ihrem Tagesgeschäft unterstützen.“

Nur der Elektromotor treibt die Räder an

5,23 Meter lang, 1,95 Meter breit und 1,99 Meter hoch ist der derzeit ausschließlich als Kastenwagen und in einer Größenkonfiguration erhältliche VN5. Wettbewerber sind mittelgroße Transporter wie der Opel Vivaro-e. Das maximale Ladevolumen des VN5 beträgt 4,5 Kubikmeter, die Laderaumlänge am Boden 2,45 Meter. Als zulässiges Gesamtgewicht gibt LEVC 2.900 Kilogramm an, zuladen darf er je nach Ausstattung bis zu 735 Kilogramm.

Das Besondere am Neuzugang im Transporter-Markt ist aber sein Antrieb. LEVC setzt auf einen Elektroantrieb mit Range Extender – oder anders ausgedrückt auf einen seriellen Plug-in-Hybrid. Denn mit dem Antriebsstrang des Hecktrieblers verbunden ist ausschließlich der 150 PS starke Elektromotor des VN5. Der von Konzern-Schwester Volvo zugelieferte Drei-Zylinder-Benziner arbeitet lediglich als Generator und liefert Strom für den E-Motor, sollte die brutto 31 kWh große Batterie leergefahren sein. Für bis zu 98 Kilometer rein elektrische Fahrstrecke reicht ihre Kapazität laut der WLTP-Verbrauchsnorm, in der Stadt sind es 122 Kilometer.

Als kombinierten WLTP-Verbrauch gibt LEVC für seinen Transporter 0,9 Liter Benzin und 13,3 kWh Strom an – macht 21 Gramm CO₂ pro Kilometer.

Für den reinen Verbrennerbetrieb sind es 9,2 Liter. Ist der Akku leer, lässt er sich serienmäßig mit 11 kW Wechselstrom oder 50 kW Gleichstrom laden. Nur in der Topversion Ultra gibt es serienmäßig 22-kW-Wechselstromladung, ansonsten kostet sie 950 Euro Aufpreis (alle Preise netto zzgl. USt.)

Branchenübergreifende Zielgruppe

Rein elektrisch gibt es den VN5 nicht. „Beim Thema Elektromobilität steht immer die Frage der Reichweite im Fokus, und Reichweite kostet heute in Form größerer Batterien noch sehr viel Geld“, so Jörg Hofmann. „Deshalb haben wir uns im ersten Schritt für das wirtschaftlichere Konzept des Range Extenders entschieden.“ Mit Blick auf die immer günstigeren Batterien sagt Hofmann aber auch: „Selbstverständlich sind für uns rein batterieelektrische Fahrzeuge in Zukunft denkbar.“

Mit dem VN5 richtet sich LEVC an keine spezielle Zielgruppe unter den Flotten- und Gewerbetunden. „Aus unserer Sicht eignet sich das Fahrzeug für alle Fuhrpark- und Unternehmensgrößen und auch für unterschiedlichste Branchen“, meint CEO Hofmann. Besonders wichtig ist ihm, dass der VN5 nicht allein für die letzte Meile konzipiert ist. „Durch sein technisches Konzept lässt sich der VN5 natürlich komplett lokal emissionsfrei fahren, zum Beispiel im innerstädtischen Lieferverkehr“, sagt Jörg Hofmann. „Gleichzeitig lassen sich aber auch längere Strecken umweltfreundlich zurücklegen.“ Um möglichst ökonomisch anzukommen, können VN5-Fahrer aus drei Fahrmodi wählen: dem reinen Elektrobetrieb, dem E-Save-Modus zur Sicherung einer Mindest-Batteriekapazität am Zielort oder dem Smart-Modus, mit dem

der Fahrer die Auswahl des Antriebs dem Fahrzeug überlässt.

15 Händler und Service-Stützpunkte

Wer sich für einen LEVC VN5 interessiert, kann sich zurzeit an 15 Händler und Werkstätten in Deutschland wenden. Darunter befinden sich derzeit noch viele Volvo-Händler. „Bis Jahresende wollen wir diese Zahl aber deutlich erhöhen“, kündigt Hofmann an. „Auch um Partner, die ihre Wurzeln nicht in der Volvo-Organisation haben.“ Beim Ausbau des Servicenetzes setzt LEVC auch auf die Zusammenarbeit mit Serviceketten und bietet schon heute einen mobilen Pannenservice.

Neben den Händlern steht Flotten- und Gewerbetunden außerdem ein Key-Account-Manager in der Frankfurter LEVC-Europazentrale als Ansprechpartner zur Verfügung. Und für Finanzierungs- und Leasing-Interessenten gibt es ein komplettes Full-Service-Paket über den LEVC-Partner Santander.

Umweltpreis für den VN5

Für die Zukunft kann sich Jörg Hofmann vorstellen, das LEVC-Angebot noch weiter auszubauen. „Die Plattform bietet viel Potenzial“, sagt er. „Mit dem VN5 decken wir das mittlere Transporter-Segment sehr gut ab, aber natürlich ist darüber und darunter noch Luft für weitere Fahrzeuge.“ Auch ein Personen-Transporter sei denkbar. „Konkret darüber zu sprechen, ist es aber noch zu früh.“

Aktuell bietet LEVC den VN5 in drei Ausstattungsvarianten an. Los geht es bei 52.450 Euro. In der Praxis wird es aber günstiger: Der VN5 profitiert vom aktuellen Umweltbonus für Plug-in-Hybride.

CHRISTIAN FREDERIK MERTEN



Wir machen's einfach: Local Listing

Mit Local Listing der Schlüterschen präsentieren Sie Ihre Firma in allen für Sie relevanten Online-Verzeichnissen und halten die Einträge aktuell. Und sorgen so dafür, dass Menschen Ihr Unternehmen einfach gut finden.

Als offizieller Partner von Google und Bing können wir online das Beste für Ihr Unternehmen herausholen.



einfach online erfolgreich

einfach.schlutersche.de
Jetzt unverbindlich beraten lassen: 0800 66 11 600

schlütersche



Zum Marktstart gibt es den VN5 in einer Größen- und Karosseriekonfiguration.

Wo Digitalisierung ihre Grenzen hat

Digitale Helfer gehören in jedes Dentallabor. Doch nicht jede Technik bringt Betriebe und Kunden weiter, berichten die Unternehmer Elvira Sinnott und Axel Kahle.

Zahnersatz muss perfekt passen“ – dieses Ziel verfolgen Elvira Sinnott und Axel Kahle täglich. Bei Sinnott & Kahle Dentaltechnik in Osnabrück arbeitet daran nicht nur das Team aus 45 Mitarbeitern. Seit einigen Jahren unterstützt digitale Technik die Arbeit des Handwerksbetriebs. Aktuell erleichtern fünf Scanner, eine Fräsmaschine und ein 3D-Drucker viele Arbeitsabläufe.

Die CAD/CAM-Technik hat schon 2005 Einzug in den Betrieb gehalten. „Mich hat das moderne Handwerk schon immer fasziniert“, sagt Elvira Sinnott, die das Unternehmen 20 Jahre lang gemeinsam mit ihrem Mann geführt hat. Nach seinem Tod 2013 übernahm die gelernte Bankkauffrau die Geschäftsführung. Unterstützung dafür hat sie sich beizeiten gesucht: Mit dem angestellten Meister Axel Kahle hat sie einen Partner gefunden, der schon seit seinem 14. Lebensjahr in dem Osnabrücker Handwerksbetrieb arbeitet und mit den Strukturen und Prozessen vertraut ist.

Moderne Technik hilft – wenn sie dem Patienten nützt
Was Zahnarztmeister Axel Kahle antreibt? „Das Lächeln in die Gesichter der Kunden zurück zu zaubern.“ Um dieses Ziel zu erreichen, beschäftigt sich der junge Unternehmer intensiv mit digitalen Instrumenten für die Branche und hält Kontakt zu Herstellern und Kunden. „Digitale Verfahren erhöhen die Passgenauigkeit von Zahnersatz“, betont er. Da dieser wie ein Schuh perfekt sitzen sollte, müsse das Labor für jeden Patienten die beste Lösung finden. Positiver Nebeneffekt: Je präziser die Arbeit, desto kürzer die Behandlungszeit der Patienten.

Digitale Möglichkeiten gebe es viele, das mache die Auswahl im Arbeitsalltag nicht leichter, betont Kahle. Jedes Labor müsse entscheiden, welche Methoden mit den Zahnarztpraxen umsetzbar seien. „Wenn die Praxen Daten anliefern, die sie mit Intraoralscannern aufgenommen haben, und das Datenformat ist nicht kompatibel mit unseren Schnittstellen, können wir damit nichts anfangen.“

Deshalb sei die technische Abstimmung wichtig. „Das Know-how und die Prozesse übersteigen das Wissen, das Zahntechniker in der Ausbildung und in der Meisterschule lernen“, sagt Kahle. Deshalb sei Fort- und Weiterbildung in der Branche das A und O. Er selbst eigne sich in Corona-Zeiten Fachwissen in Online-Seminaren an und setze auf gute Netzwerke. Und er lege großen Wert darauf, dass das Team regelmäßig geschult werde.

Die Grenzen des 3D-Drucks in der Zahntechnik

Einige Tätigkeiten kann der 3D-Drucker den Zahn Technikern erleichtern: So ist es beispielsweise möglich, Knirscherschienen zu drucken, Bohrschablonen für Implantate zu erstellen oder Modelle anzufertigen. „Aber eine keramische Krone wird nach wie vor gefräst und keramisch verblendet – und nicht gedruckt“, erklärt Elvira Sinnott. So schön die moderne Technik sei – sie könne nicht alles leisten, was Zahn Techniker mit den Händen schaffen. Dennoch wollte die Unternehmerin nicht mit der Anschaffung warten. „Wir



Nutzen moderne digitale Technik in ihrem Dentallabor, sofern sie dem Patienten nützt: Elvira Sinnott und Axel Kahle.



Die digitale Technik wird unser Handwerk nicht ablösen.

Axel Kahle, Zahn Technikermeister

wollen die modernste Technik nutzen und den Anschluss nicht verlieren“, begründet die 61-Jährige, die sich im Betrieb um Personal, Marketing und Verwaltung kümmert, die Investition.

Auch Axel Kahle, der seit Anfang 2020 Mitinhaber des Osnabrücker Unternehmens ist und es später übernehmen wird, ist davon überzeugt: „Die digitale Technik wird das Handwerk nicht ablösen.“ Am Ende stehe bei jeder Arbeit der Patient im Vordergrund – und der sei immer noch analog, sagt er. In seinem Gewerk müsse man offen und kreativ sein sowie flexibel auf Änderungen und Wünsche eingehen. MARTINA JAHN

NAMEN UND NACHRICHTEN

Lieferengpässe belasten Baubranche

Einige Baubetriebe leiden derzeit aufgrund der großen Nachfrage nach Bauleistungen unter Materialengpässen und explodierenden Preisen. Besonders die Beschaffung von Bauholz, aber auch von Dämm- und Verpackungsmaterialien sowie Stahl sei derzeit problematisch und daher schlecht plan- und kalkulierbar, berichtet Mike Schneider, Präsident des Niedersächsischen Handwerkstages (NHT). Die Folge: Betriebe seien frustriert und Kunden reagierten verärgert. „Öffentliche, gewerbliche, aber auch private Auftraggeber müssen diese Entwicklungen in ihren Planungen berücksichtigen“, appelliert Schneider. (JA)



Foto: Hamacher

Starke Branchen in der Krise

„Das Handwerk steht da wie eine 1, wir sind der Stabilitätsmotor in der Krise“, erklärt Präsident Karl-Wilhelm Steinmann mit Blick auf die aktuelle Umfrage zur Frühjahrskonjunktur im Handwerkskammerbezirk Hannover. Die Dienstleistungsgewerke seien zwar schwer angeschlagen. Dagegen würden die Bau- und Ausbaugewerke besser dastehen als im Vorjahr. Insgesamt verzeichne ein Fünftel der befragten Betriebe Umsatzrückgänge. Ebenfalls überraschend für Steinmann: „Nur 15 Prozent der Betriebe haben Corona-Hilfen in Anspruch genommen. Für die ist eine vernünftige Abwicklung entscheidend.“ Am härtesten habe es die Friseur- und die Kosmetik-Branche getroffen. Aber auch die Gewerke Kfz und Nahrung hätten zu kämpfen. „Die Stimmung im Handwerk ist positiv. Das ist ein sehr ermutigendes Signal“, betont der Kammerpräsident. Damit seien die Betriebe attraktiv als Arbeitgeber – und als Ausbilder. Im Vergleich zum Vorjahr gab es zum Ende des ersten Quartals ein Plus bei den Ausbildungsverträgen von 4,7 Prozent. (FRÖ)



Foto: Bieleus

Wissenschaft und Wirtschaft vernetzen

Die Mitgliederversammlung des Innovationsnetzwerks Niedersachsen hat Hildegard Sander, Hauptgeschäftsführerin der Landesvertretung der Handwerkskammern Niedersachsen (LHN), zur neuen Vorstandsvorsitzenden gewählt. Gemeinsam mit dem neuen stellvertretenden Vorsitzenden des Innovationsnetzwerks, Sascha Spoun, Präsident der Leuphana Universität Lüneburg, wird sie sich in der Netzwerkarbeit mit rund 275 Mitgliedern aus Kammern, Hochschulen, Technologie- und Gründerzentren, Wirtschaftsförderungen sowie anderen bedeutenden Forschungs- und Transferinstitutionen engagieren. „Wissenschaft und Wirtschaft müssen eng kooperieren. Niedersachsen hat über das Innovationsnetzwerk und die verschiedenen Trägergruppen große Potenziale für einen erfolgreichen Transfer – auch im kleinbetrieblichen Sektor“, erklärt die neue Vorstandsvorsitzende. (FRÖ)



Foto: LHN

Anzeige



© shutterstock_7250704

Photovoltaik, Grundstücksvermietung und Umsatzsteuer

Ist die Stromlieferung eine Nebenleistung?

Immer häufiger installieren Vermieter Photovoltaikanlagen auf ihren Immobilien und bieten ihren Mietern den selbst produzierten Strom zum Erwerb an. Nach Auffassung der Finanzverwaltung ist die Stromlieferung unselbständiger Teil der Hauptleistung „(umsatzsteuerfreie) Vermietung“ und ein Vorsteuerabzug aus der Photovoltaikanlage ist nicht möglich. Das Niedersächsische Finanzgericht ist dieser Auffassung nun entgegengetreten (Urteil v. 25.02.2021, Az. 11 K 201/19).

Im Streitfall hat der Kläger ein Mehrfamilienhaus vermietet und auf diesem eine Photovoltaikanlage nebst Speicher installiert. Mit seinen Mietern hat er eine „Zusatzvereinbarung zum Mietvertrag über Stromversorgung“ abgeschlossen und separate Zähler zur Erfassung des von den Mietern verbrauchten Stroms installiert. Er vertrat nun gegenüber dem Finanzamt die Auffassung, dass seine Stromlieferung an die Mieter eine eigenständige, umsatzsteuerpflichtige Leistung sei und ihm folglich aus der Anschaffung und Installation der Photovoltaikanlage der Vorsteuerabzug zustehen würde. Das Finanzamt folgte dieser Einschätzung nicht und vertrat die Auffassung, dass es sich bei der Stromlieferung um eine unselbständige Nebenleistung zur steuerfreien Vermietung handeln würde.

Der Vermieter wehrte sich gegen diese Entscheidung mit einer Klage vor dem Finanzgericht – und hatte Erfolg. Zwar sei jeder Umsatz als eigenständige, selbständige Leistung zu betrachten; allerdings dürfe eine wirtschaftlich einheitliche Dienstleistung im Interesse eines funktionierenden Mehrwertsteuersystems auch nicht künstlich aufgespalten werden, so das Gericht. Eine einheitliche Leistung liege insbesondere dann vor, wenn ein oder mehrere Teile die Hauptleistung, ein oder mehrere andere Teile dagegen Nebenleistungen sind. Weiter verweist das Finanzgericht auf die neuere Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH), wonach das Vorhandensein von individuellen Zählern – wie im Streitfall – zur Ermittlung des jeweiligen Verbrauchs als wichtiges Indiz dafür anzusehen sei, dass die Lieferung von Versorgungsleistungen wie z.B. Strom als eine von der Vermietung getrennte Leistung anzusehen ist.

Dafür spreche auch, dass der Kläger mit seinen Mietern individuelle (Zusatz-) Vereinbarungen über die Stromlieferung abgeschlossen hat, in denen auch vom Mietvertrag abweichende Kündigungsmöglichkeiten des Stromlieferungsvertrags vorgesehen sind. Letztlich bleibe es dem Mieter auch unbenommen, einen anderen Stromanbieter zu wählen.

Die Stromlieferung sei daher im Ergebnis eine eigenständige Leistung und der begehrte Vorsteuerabzug zu gewähren.

Das Finanzgericht hat die Revision zum Bundesfinanzhof zugelassen. Betroffene Vermieter sollten sich fachkundigen Rat einholen, ob ein Rechtsbehelfsverfahren auch in ihrem Fall sinnvoll sein kann.

Bei Fragen sprechen Sie uns gerne an!



Marco Finke Steuerberater
Partner der Sozietät VOSS SCHNITGER STEENKEN BÜNGER & PARTNER
in Oldenburg, Fachberater für Controlling und Finanzwirtschaft (DStV e.V.)
marco.finke@obic.de



www.obic.de

Die Berater.



VOSS SCHNITGER STEENKEN BÜNGER & PARTNER
STEUERBERATER • RECHTSANWALT • VEREIDIGTER BUCHPRÜFER • WIRTSCHAFTSPRÜFER • PARTG MBB

OBIC REVISION GMBH
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT



26129 Oldenburg · Ammerländer Heerstr. 231 · Telefon: 0441 - 97 16 - 2302 | Beratungsbüros in Oldenburg · Bremen · Remels (Ostfriesland) · Twist (Emsland)



Foto: amh-online.de

Kompakt

Die Pandemie spaltet die Wirtschaftslage im Handwerkskammerbezirk Ostfriesland. Die Bau- und Ausbaugewerke ziehen an. Die Dienstleister für den persönlichen Bedarf, das Nahrungsmittelhandwerk und die Kfz-Branche stagnieren oder kommen nur langsam wieder in Fahrt.

Konjunkturbericht online: www.hwk-aurich.de

Das Nahrungsmittelhandwerk meldete im letzten Jahr vor der Krise noch wirtschaftliche Spitzenwerte. In diesem Jahr hat sich das Blatt wegen der anhaltenden Restriktionen komplett gewendet.

Der Konjunkturmotor ist ausgebremst

Die Corona-Krise hat auch das ostfriesische Handwerk gebeutelt. Das zeigt eine Umfrage der Handwerkskammer für Ostfriesland.

Hauptgeschäftsführer Jörg Frerichs stellte den konjunkturellen Klimaindikator für das Frühjahrsquartal vor, welcher die Geschäftslage und die Zukunftserwartungen darstellt: „Vergleichsweise kommt das Handwerk gut durch die Krise. Mit Blick auf die einzelnen Handwerksgruppen klaffen die Werte jedoch deutlich auseinander.“ Die Lage ist geprägt von Auftragseinbußen und Umsatzrückgängen. 43 Prozent der Betriebe verzeichnen sinkende Umsätze und jeder Dritte Auftragsstornierungen. Jedes fünfte Unternehmen ist nicht einmal zur Hälfte ausgelastet. „Dies stellt einen traurigen negativen Höchstwert im Vergleich zu den Vorjahren dar“, bewertete Frerichs das Zahlenwerk.

Damit einhergehend zeigt sich ein Trend zu weiteren Preissteigerungen für handwerkliche Dienstleistungen und Produkte. 42 Prozent mussten ihre Preise anpassen. Das ist unter anderem den enorm gestiegenen Kosten im Einkauf geschuldet. „Erfreulich ist, dass das Handwerk sich als krisensicherer Arbeitgeber bewährt hat“, erklärte Frerichs. Insgesamt 82 Prozent der Unternehmer konnten ihre Mitarbeiter weiterhin in Lohn und Brot halten oder stellten neue ein. 18 Prozent mussten Personal entlassen.

Mit Blick auf den **Geschäftsklima-Index** werden die Auswirkungen der Krise deutlich: Der Indikator ist um 21 auf 112 Punkte (Vorjahr 133) abgefallen. Waren im letzten Jahr insbesondere die Gewerbe für personenbezogene Dienstleistungen (Friseur, Kosmetiker, Fußpfleger, Fotografen usw.) und andere Handwerker mit Ladengeschäften von den Lockdown-Phasen stark betroffen, ziehen sich jetzt die Folgen der Pandemie durch fast alle Gewerke. 76 Prozent meldeten eine weiterhin gute oder befriedigende und rund ein Viertel eine schlechtere Wirtschaftssituation. Diese Bewertung spiegelt auch die Erwartungen der kommenden Monate wider.

Dennoch zeichnet sich in den einzelnen **Handwerksgruppen** ein differenziertes Bild ab. Trotz Winterpause und Pandemie weist das **Bauhandwerk** Spitzenwerte auf. „Die Bauboom-Phase ist ungebrochen und treibt die Konjunktur an“, kommentierte Frerichs. Mit einem Geschäftsklima-Index von 142 Punkten (Vorjahr 138)

legten die Baubetriebe um 4 Zähler zu. Kunden müssen sich auf bis zu einem halben Jahr Wartezeit einstellen.

Auch die **Ausbauhandwerke** liegen mit einem Wert von 130 Indexpunkten (Vorjahr 133) auf einem hohen Niveau. Ebenso wie das Baugewerbe rechnen etwa die Maler, Elektroniker, Tischler oder Fliesenleger auch zukünftig mit einem hohen Auftragsvolumen. Dahingegen ist die Lage bei den **gewerblichen Zulieferern** angespannt. Sie verlieren 7 Punkte und weisen einen Skalenwert von 106 (Vorjahr 113) auf. Sinkende Umsätze und eine schlechte Auftragslage prägen das Bild.

Führte das **Nahrungsmittelgewerbe** vor einem Jahr noch die Wirtschaftslage an, hat sich das Blatt komplett gewendet. Mit den von der Regierung angeordneten Schließungen der gastronomischen Bereiche und der Veranstaltungsverbote reihen sich die Bäcker, Fleischer und Konditoren in die unteren Ränge ein. Sie liegen mit 87 Punkten auf dem drittletzten Platz (Vorjahr 173). Dennoch blicken die Inhaber optimistisch in die Zukunft: Jeder Zweite rechnet in den kommenden Monaten mit einer Besserung.

Auch das **Kfz-Handwerk** musste als Folge der anhaltenden Restriktionen in den letzten Monaten eine geringere Auslastung der Werkstätten verbuchen. Das schlägt sich mit einem Rückgang um 44 auf 78 Indexpunkte (Vorjahr 122) nieder. Mit einer Besserung wird in den kommenden Monaten nicht gerechnet.

Schlusslicht der Frühjahrskonjunkturumfrage bilden die **Handwerke für den persönlichen Bedarf** mit 55 Punkten (Vorjahr 137). Durch den Lockdown und die Betriebsschließungen über mehrere Monate berichten per Saldo 65 Prozent der Friseure, Kosmetiker, Fotografen, Textilreiniger und Co. von einer schlechten Geschäftslage. Jeder fünfte Betrieb hat Personal abgebaut und 82 Prozent melden Umsatzverluste und fehlende Aufträge. Da die Salons, Studios und Ladengeschäfte mit entsprechenden Hygienekonzepten der Pandemie entgegenwirken, blickt jeder Vierte optimistisch in die Zukunft. Jedoch prognostiziert jeder Fünfte, dass sich Umsätze und Aufträge in den kommenden Monaten nicht steigern lassen werden. **WIEBKE FELDMANN**

Strom-Tüftler in Ausbildung

Malte Harms hat seine Berufung im Elektrohandwerk gefunden. Von der Handwerkskammer ist er jetzt zum Lehrling des Monats ausgezeichnet worden.

Malte Harms aus Uplengen tüftelt gerne an Elektrosystemen. Die Denkarbeit, um Fehler in Elektrogeräten zu finden, oder neue Kabel mit den Anschlüssen und Schaltungen zu installieren, das alles in einander greift und funktioniert – das macht für den 20-Jährigen den Reiz an seinem Beruf aus. „Auf der Baustelle ist er ein echter Problemlöser“, lobte ihn sein Chef und Ausbilder Rolf Ingo Janßen.

In der Firma Elektrotechnik Hedemann in Wiesmoor lernt der Uplenger den Beruf des Elektrikers in der Fachrichtung Energie- und Gebäudetechnik im dritten Ausbildungsjahr.

Im Sommer wird er seine Gesellenprüfung vorzeitig angehen. Das hat auch einen guten Grund. In seinen Zeugnis-

„Auf der Baustelle ist er ein echter Problemlöser.“

Rolf Ingo Janßen,
Inhaber Elektrotechnik
Hedemann

sind fast nur Einser zu entdecken. „Es ist wirklich eine Freude, zu erleben, wie so talentierte Jugendliche ihren Start ins Berufsleben hinlegen und mit Spaß bei der Sache sind“, gratulierte Dirk Bleeker. Der stellvertretende Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer für Ostfriesland zeichnete den jungen Mann zum Lehrling des Monats aus.

Aktuell rüstet der 20-Jährige einen Altbau in Wiesmoor mit Smart Home-Technik aus. Dort installiert er unter anderem eine Einbruchmeldeanlage sowie eine Videoüberwachung. „Der Kunde ist ganz begeistert“, sagte Janßen. Neben der Sicherheitstechnik und dem Kundenservice liegt ein weiterer Schwerpunkt des Unternehmens



Foto: W.Feldmann

Sehr stolz auf die Auszeichnung ist der angehende Elektroniker Malte Harms. Sein Ausbilder Rolf Ingo Janßen (l.) und Dirk Bleeker (r.) haben ihn mit der Auszeichnung überrascht.

auf der Planung und Durchführung von Gebäudeinstallationen im Bereich von Alt- und Neubau, moderner Gebäudeautomation und Netzwerktechnik.

Mit der Auszeichnung weist die Handwerkskammer auf die Perspek-

tiven einer handwerklichen Ausbildung hin. Jede/r Betriebsinhaber/in kann eine Bewerbung einreichen.

Bewerbung: www.hwk-aurich.de/lehrlingdesmonats

Smartphones im Geschäftsalltag

Mobile Endgeräte gehören zum Handwerkeralltag. Die Nutzung von Smartphones, Tablets und Co. bringen zweifelsohne Vorteile. Jedoch werden die Gefahren oft unterschätzt. Für die betriebliche Nutzung ist ein IT-Sicherheitskonzept erforderlich. Die Handwerkskammer bietet ihren Mitgliedern hierzu eine kostenfreie Online-Veranstaltung am Montag, 17. Mai, von 17 bis 18 Uhr an. Diplom-Ingenieur Werner Schmit vom Bundestechnologiezentrum für Elektro- und Informationstechnik in Oldenburg wird referieren. Dabei werden die Themen Beschaffung, Einrichtung, Nutzung, Wartung und Entsorgung angesprochen.

Anmeldung: www.hwk-aurich.de/smartphone

DAS HANDWERK GRATULIERT

25 Jahre Meister: Fleischermeister Erwin Uken in Rhaderfehn (2. Mai), Metallbauermeister Arno Engels in Rhaderfehn (2. Mai), Elektroinstallateurmeister Peer Groß-Hohnacker auf Norderney (6. Mai), Kälteanlagenbauermeister Uwe Rosenboom auf Norderney (13. Mai), Elektroinstallateurmeister Peter Müller in Krummhörn (31. Mai).

40 Jahre Meister: Fliesen-, Platten- und Mosaiklegermeister Hans-Georg Schoon in Ihlow (15. Mai), Zimmerermeister Helmut Hass in Lütetsburg (26. Mai).

50 Jahre Meister: Schornsteinfegermeister Bruno Janssen in Jemgum (13. Mai)

60 Jahre Meister: Fleischermeister Matthias Sauels auf Norderney (4. Mai).

25 Jahre Betriebsjubiläum: Motor-Meyer, Maschinenbaumechanikermeister Johann Meyer in Emden (19. April), Kraftfahrzeugmechanikermeister Gerald Tjaden auf Norderney (3. Mai), Auto Claassen GmbH in Ochtersum (10. Mai), Salon Feinschnitt, Friseurmeister Detlef Rump, in Aurich (23. Mai).

40 Jahre Betriebsjubiläum: Friseurmeister Karl-Heinz Fokken in Weener (11. Mai).

Wandergeselle in Ostfriesland unterwegs

Phillip Matzke aus Brandenburg erkundet zwischen Weener und dem Wangerland das hiesige Maurer-Handwerk.

Auf eine kleine Stippvisite schaute Wandergeselle Phillip Matzke in der Handwerkskammer für Ostfriesland (Aurich) vorbei. Dort hielt der Rolandsbruder einen „fixen Snack“ ab und erhielt traditionell eine kleine Geldspende, einen Stempel in sein Wanderbuch und eine warme Mahlzeit.

Mit seinem Outfit, einem Jackett aus grobem Cord, einem Hut, dem Wanderstock und dem Charlottenburger, sein Bündel, fällt er auf. Die graue Weste und Hose sind das Erkennungszeichen für alle Steinhandwerke, die er als Maurer tragen darf. Die blaue Ehrbarkeit, ein krawattenähnlicher Schlips, zeichnet ihn als Angehöriger des Rolandschachtes aus. Eine Vereinigung von Bauhandwerksgesellen, die sich dafür einsetzen, das Brauchtum der Walz zu pflegen.

Der 28-Jährige kam nach einem

Aufenthalt in Rottweil bei Stuttgart nahe der Grenze zur Schweiz in den hohen Norden. Dort arbeitete er an einem Gewölbekeller aus Naturstein mit. „In Süddeutschland wird viel betoniert und verputzt“, erzählt Phillip Matzke.

In Ostfriesland wolle er sich das Klinkerhandwerk anschauen. „Hier kann man noch richtig Fläche ballern“, sagt er mit einem Augenzwinkern. Seit fast zwei Jahren ist er unterwegs. Handwerksgelesen, die das 30. Lebensjahr noch nicht vollendet haben, die ledig, schuldenfrei und ohne Vorstrafen sind, dürfen sich auf „Tippelei“ für mindestens drei Jahre und einen Tag begeben. Dabei werden die wenigen Habseligkeiten traditionell gebündelt und nach alter Sitte eine

Foto: W.Feldmann



Auf der Suche nach der nächsten Arbeit und einem Schlafplatz kam Phillip Matzke in Aurich vorbei. Immer mit dabei sind sein Wanderstab und sein Bündel, auch Stenz und Charlottenburger genannt.

Arbeit und ein Schlafplatz gesucht. „Ich bin selbstbewusster geworden“, berichtet Phillip Matzke von seinen Reisen durch Österreich, Frankreich, Belgien und Schweden.

Für die nächste Zeit wird sich der Maurer in Deutschland aufhalten, solange die Pandemie nicht abgeflaut ist. Die Krise erschwert die Wanderschaft. Um sich mit den Einheimischen über Arbeit, Schlafplätze und aktuelle Geschehnisse auszutauschen, suchen die Gesellen Gaststätten und Kneipen auf. Mit den Schließungen ist ihre Hauptinformationsquelle abgeschnitten. „Schön wäre es, wenn einem unterwegs ein Schlafplatz angeboten wird“, meint Phillip Matzke. Das würde die Situation erleichtern. Alles in allem „macht das Wandern aber immer noch richtig Bock“.



Fotos: J. Stöppel

Dennis Backer hobelt Holz für neue Tasten der Klaviatur.

Als Tischler um die Welt

Handwerksmeister Dennis Backer aus Moormerland hat als Tischler seine Erfüllung im Orgelbau gefunden. Im vergangenen Jahr legte er die praktische Meisterprüfung im Berufsbildungszentrum in Aurich als Bester ab.

Zielstrebig klettert Dennis Backer die schmale Leiter hinauf, die am Korpus der sechs Meter hohen und dreieinhalb Meter breiten Kirchenorgel lehnt. Sie wird derzeit in der Werkstatt des Betriebes Ahrend Orgelbau in Leer für die Marienkirche in Wallenbrück (Herford) restauriert. Drei Orgelbauer, zwei Pfeifenmacher, vier Tischlermeister und ein Auszubildender arbeiten seit rund sechs Monaten an dem historischen Instrument, welches Vermutungen nach von Ernst Bader, dem Sohn des berühmten Orgelbauers Daniel Bader, stammen könnte. Oben angekommen, bietet sich dem Tischlermeister ein beeindruckender Blick auf das imposante Innenleben des außergewöhnlichen Musikinstrumentes aus dem 17. Jahrhundert. Zahlreiche kleine und große Pfeifenköpfe reihen sich aneinander und bilden die Register. „Bei den meisten Orgeln ist jede Taste der Klaviatur genau einer Pfeife zugeordnet“, erklärt Backer.

Für einen gelernten Tischler ist es allerdings ein ungewöhnlicher Arbeitsplatz. Auch wenn der 40-Jährige inzwischen mit allen Bereichen des Orgelbaus vertraut ist, ist die Herstellung der Klaviatur sein Steckpferd. In diesem Feld kann er sein erlerntes Handwerk voll ausleben. Um sein Fachwissen noch zu vertiefen, legte er 2020 in der Handwerkskammer für Ostfriesland seine Meisterprüfung

ab. Zwei Jahre investierte er in seine Weiterbildung und bestand den praktischen Teil als Kursbesten. „Ich wollte gern mit meinen Kollegen, die alle einen Meistertitel tragen, gleichziehen“, berichtet er schmunzelnd. Seine dreijährige Ausbildung absolvierte er 1995 in der Tischlerei Hinrich Bruns in Hesel. Später wechselte er zu einem Unternehmen, welches sich auf Fensterbau spezialisiert hat. Zum Orgelbaubetrieb kam er durch die Empfehlung eines Verwandten, der bereits für Betriebsinhaber Jürgen Ahrend arbeitete. „Völlig unerwartet rief mich mein heutiger Seniorchef an und fragte, ob ich mir vorstellen könnte, in sein Unternehmen zu wechseln“, erinnert sich der Vater von drei Kindern. 2002 wagte er den Sprung ins kalte Wasser, denn für ihn war das Thema völlig neu. Nach und nach brachte man ihm bei, wie man beispielsweise eine Windlade (Kernstück und „Ventilapparat“ der Orgel, auf dem die Pfeifen stehen) oder eine Klaviatur baut. Letzteres entwickelte sich im Laufe der Zeit zu seiner bevorzugten Tätigkeit.

In liebevoller Fleißarbeit stellt er aus Kirschbaum, Eichen-, Fichten-, Lettern- oder Ebenholz und Tierknochen die einzelnen Tasten her und verziert die Klaviaturen mit Perlmutt-, Holz- oder Knochenintarsien (Einlegearbeiten). „Egal ob sägen, hobeln, fräsen oder leimen, die Arbeit mit den Werkzeugen und Maschinen ist

sehr ähnlich“, erklärt er. Die einzigen Unterschiede zum Tischlerhandwerk seien, dass man beim Orgelbau fast ausschließlich Massivholz verwende und viele Elemente in feinsten Handarbeit fertige.

Nebenbei kann er auch noch die ganz Welt bereisen, denn der Orgelbauer Ahrend hat sich auch weit über die Grenzen Deutschlands hinaus einen Namen gemacht. Mehrfach war Dennis Backer schon in verschiedenen Ländern wie Kanada, der Schweiz oder Frankreich auf Montage unterwegs. „Mein persönliches Highlight war der Auftrag für eine Kirche in Italien. Wenn man eine riesige Orgel mit kleinen Booten durch die Kanäle Venedigs transportiert, ist das schon ein Erlebnis, das man so schnell nicht vergisst“, sagt er. JACQUELINE STÖPPEL

”

Eine riesige Orgel durch die Kanäle Venedigs zu verschiffen, ist ein echtes Erlebnis.

Dennis Backer,
Tischler

Ahrend Orgelbau

Das Unternehmen Ahrend Orgelbau wurde 1954 von Jürgen Ahrend und Gerhard Brunzema gegründet. Seit 1972 ist es ausschließlich in der Hand von Familie Ahrend. 2005 haben Hendrik und Andrea Ahrend die Führung des Betriebes, dessen Dienstleistungen in der ganzen Welt gefragt sind, übernommen. Das elfköpfige Team sorgt dafür, dass der Betrieb die ganze Angebotspalette vom Neubau über Restaurierungs- bis hin zu Reinigungs- und Wartungsarbeiten anbieten kann.

Webseite: www.orgelbau-ahrend.de



Die Orgel der Marienkirche aus Wallenbrück wurde sechs Monate restauriert.



Zahlreiche kleine und große Pfeifenköpfe bilden die sogenannten Register.

vr.de/weser-ems

Banking,
so flexibel wie
Ihr Business.

Morgen kann kommen.

Wir machen den Weg frei.

Sie bringen Ihr Business voran, arbeiten flexibel on- und offline. Und wir sind die Banken, die immer für Sie da sind, egal wie und egal wann: persönlich vor Ort, telefonisch, per App oder mit unserem neuen VR OnlineBanking für Firmenkunden. Damit sich Banking Ihrem Business anpasst und nicht umgekehrt.

**Volksbanken
Raiffeisenbanken**

Wir machen den Weg frei. Gemeinsam mit den Spezialisten der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken: Bausparkasse Schwäbisch Hall, Union Investment, R+V Versicherung, easyCredit, DZ BANK, DZ PRIVATBANK, VR Smart Finanz, DZ HYP, MünchenerHyp.

Groß. Größer. WILBRAND.

Diese Tischlerei hat eine Lizenz für Übergrößen. Die gläsernen Riesen des Unternehmens sind bei Kunden so gefragt, dass sie weite Reisen auf sich nehmen.

Wälder, Felder, Flusslage, eine mittelalterliche Kirche im Ortskern – die 500-Seelen-Siedlung „Ohne“, bietet bestes Landleben mit Nähe zum Autobahn- und Schienennetz. Nur von zentraler Lage kann man bei 20 Kilometer Entfernung von der niederländischen Grenze weniger sprechen. Wie baut man hier eine erfolgreiche Bautischlerei auf, für deren Angebot Kunden regelmäßig Reisen von mehreren hundert Kilometern auf sich nehmen? Tischlermeister Johann Wilbrand kennt die Antwort: „Wir wollten nie das machen, was in unserem Umkreis noch zehn andere können.“ Die Tischlerei Wilbrand setzt auf Alleinstellungsmerkmale, die bei einer zahlungskräftigen Kundschaft gefragt sind.

Große Größen hautnah erleben

Was das bedeutet, wird beim Blick auf die Ausstellungsstücke im geräumigen Showroom des Unternehmens sichtbar: Frei im Raum steht ein eindrucksvolles Spitzbogenfenster, dessen Flügel den Besucher um gut einen Meter überragen. Dem gegenüber hat das Unternehmen eine große Schiebetüranlage aufgebaut. Beim Öffnen bekommt man ein Gefühl für das Gewicht dieser Konstruktion, wenn das Hebe-Schiebe-System die hunderte Kilogramm schwere Tür präzise aus der Ruheposition hebt, bevor sie geräuschlos aufgleitet. Von hier aus gut sichtbar ist auch eine riesige Glastür, die zeigt, welche Übergrößen das Unternehmen zu fertigen imstande ist. In Worten: Drei. Meter. Sechzig.

Hochwertige Holz-Aluminium-Fenster sind das Kerngeschäft der Niedersachsen. Und für die Fähigkeit, Fenster in Übergröße herzustellen, ist das Unternehmen bei gewerblichen, öffentlichen und privaten Auftraggebern gefragt. Die Fertigung übergroßer Fenster ist eine anspruchsvolle Aufgabe. Zumal es der Anspruch der Tischlerei Wilbrand ist, mit den teils eigenentwickelten Fensterprofilen auch bei großer Fensterfläche ein schmales Profildesign zu bieten. „Dafür müssen Glas und Rahmen eine statische Einheit bilden und fest miteinander verklebt werden“, sagt Wilbrand.

Besonders die Materialverträglichkeit sei bei der Wahl des richtigen Klebers entscheidend. „Der Kleber kommt mit Holz, Lack und Dichtungsmaterial in Kontakt – die dürfen keinen Schaden nehmen“, erklärt der Tischlermeister. Setze man bei der Glasrandverklebung das verkehrte Material ein, werde die Scheibe schlimmstenfalls undicht. „Das gibt riesige Reklamationen“, sagt der Unternehmer.

Nach zwei Stunden montagereif

Wie so ein Produkt für geklebte Fenster angewendet wird, zeigt der Betrieb in der Montagehalle seiner zweigeteilten Produktion. Zum Aufbringen des Zwei-Komponenten-Kleb- und Dichtstoffs setzt

Wilbrand eine Druckluft-Pistole ein. Nach wenigen Handgriffen ist das System aus Kartusche, Pistole, Statikmischer und Düse einsatzbereit. Beim Aufbringen des Klebers werden die zwei Komponenten automatisch im richtigen Verhältnis gemischt. Nach einer Trocknungszeit von zwei Stunden kann das Fenster fertig montiert werden.

Nicht nur bei Übergrößen, auch beim Bau einbruchhemmender Fenster bis RC3 kommt diese Glasrandverklebung zum Einsatz. „Wir haben für alle Anwendungen die nötigen Zulassungen, um die Fenster auch in Verkehr bringen zu dürfen“, erläutert Johann Wilbrand.

Für die Leistungen des Familienunternehmens kommen Kunden mitunter von weit her. In Wien

waren die Tischler schon aktiv, aktuell kommt ein Kunde aus Frankfurt und auch an der Nordsee bahnt sich ein Geschäft an. „Unser normaler Aktionsradius sind 200 Kilometer im In- und Ausland, aber es sind regelmäßig Ausreißer dabei“, sagt der Unternehmer.

Der Sprung zum Objekter

Zuletzt hat sich die Tischlerei gezielt weiterentwickelt, um größere Auftragsvolumina zu bearbeiten. „Wir haben den Sprung gemacht vom Privatkundengeschäft zum Objekter für gewerbliche und öffentliche Auftraggeber“, berichtet Johann Wilbrand. Damit gingen auch Investitionen in neue Fertigungstechnologien einher. Herzstück der erwei-



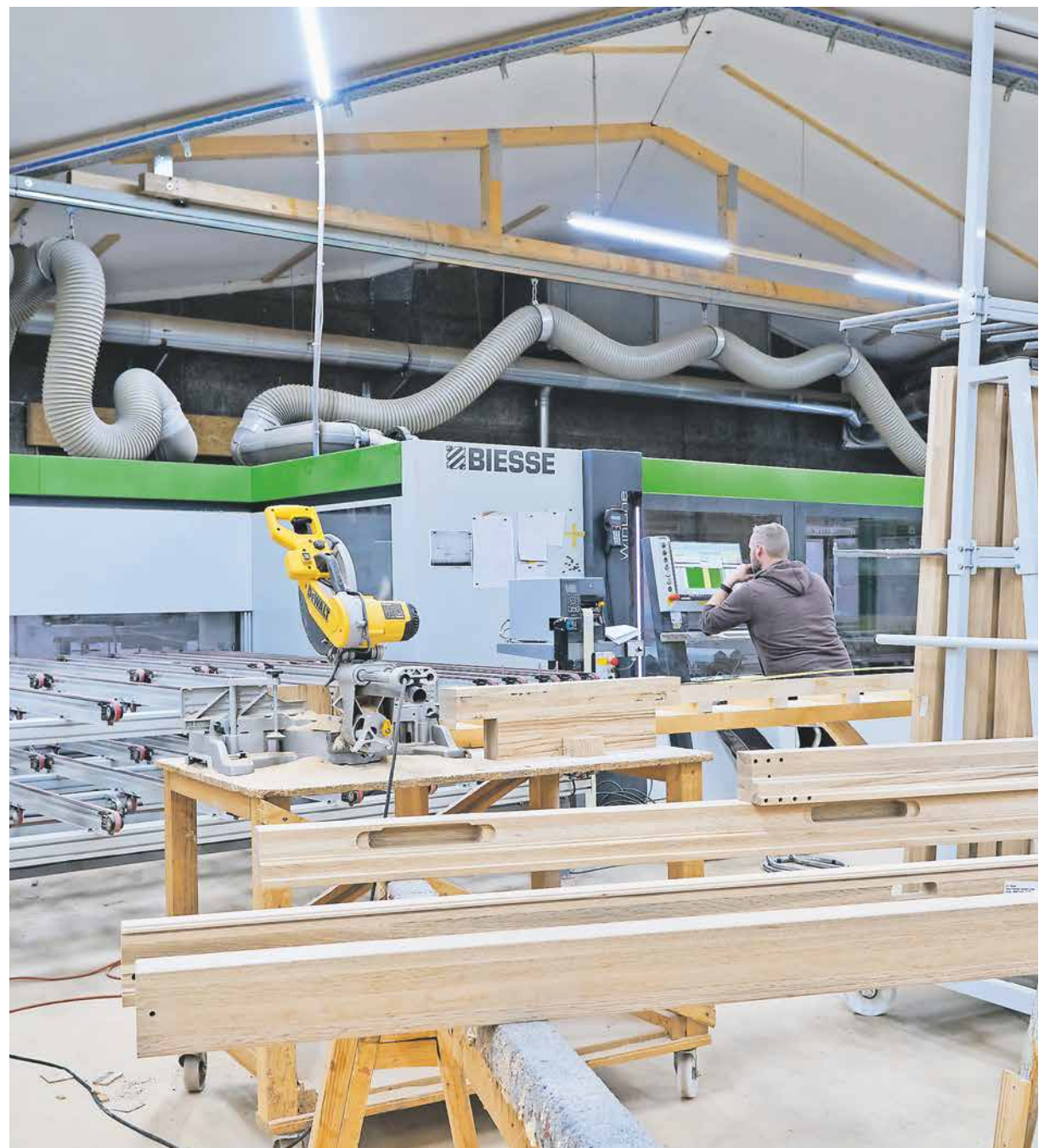
In Ohne baut die Tischlerei Wilbrand Fenster für alle, die es eine Nummer größer wollen.



Die Fertigung übergroßer Fenster mit schmalen Profilen ist eine anspruchsvolle Aufgabe.



Mit seinem Maschinenpark kann das Unternehmen auch im Bereich Holzfenster viele individuelle Wünsche bedienen.



Mit dem Sprung vom Privatkundengeschäft zum Objekter hat Wilbrand auch in neue Fertigungstechnologien investiert. Dazu gehört etwa das CNC-gesteuerte Stabbearbeitungszentrum.



Mit einer Druckluft-Pistole wird der Zwei-Komponenten-Kleb- und Dichtstoff aufgetragen.



Blick in die Ausstellung: Hier zeigt das Unternehmen seine Sonderlösungen.



Johann Wilbrand, Tischlermeister

terten Holzbearbeitungsmöglichkeiten ist etwa ein CNC-gesteuertes Stabbearbeitungszentrum. „Das erlaubt uns zum Beispiel die Fertigung besonders witterungsbeständiger Nostalgiefenster für Denkmalschutzaufträge“, sagt Wilbrand. Das Angebot rundet das Portfolio von Fenstern für Passivhäuser, Wintergärten, Pfosten-Riegel-Passaden und Sonderverglasungen ab.

Mit den größeren Auftragsvolumina seien ganz neue planerische Aufgaben und Herausforderungen auf das 50 Mitarbeiter starke Unternehmen zugekommen. Die will es nun festigen. „Nach der erfolgreichen Umsetzung der Veränderungen heißt unser nächstes Ziel, die Prozesse in feste Standards zu überführen“, sagt Wilbrand. DENNY GILLE

VIER FRAGEN AN

Cordula Marienberg

FIRMENNAME Fotostudio Codoma
WEBSITE www.codoma.de
ORT Uelzen
GEWERK Fotografin
MITARBEITERZAHL 1
FUNKTION Inhaberin



1. Was war Ihre wichtigste Entscheidung als Unternehmerin?
Als ich mich 2015 entschieden habe, mich selbstständig zu machen.

2. Was bieten Sie Kunden, das Ihre Mitbewerber nicht haben?
360-Grad-Produkt-, Panorama- und Business-Fotografie. Ich biete alles an, was Unternehmen für ihre Webseite und ihren Online-Shop brauchen.

3. Was war Ihre härteste Bewährungsprobe?
Dran zu bleiben und nicht aufzugeben. Für ein Foto mit einer Whisky-Glaskaraffe habe ich schon mal drei Tage gebraucht.

4. Wie halten Sie sich und Ihren Betrieb leistungsfähig?
In den sozialen Medien tausche ich mich mit Gleichgesinnten aus und nehme an Workshops teil. Ab und an schaue ich anderen Fotografen über die Schulter.

Foto: Privat

ZU GUTER LETZT

Unsicheres Windows 7 spielt fast keine Rolle mehr

Nur noch sieben Prozent der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland nutzen das Betriebssystem Windows 7. Das geht aus einer Analyse des Cybersicherheitsunternehmens Kaspersky hervor. Die weitere Nutzung von Windows 7 gilt als kritisch, weil Microsoft den sogenannten Mainstream Support und damit das Bereitstellen von Sicherheits-Updates bereits Anfang 2020 eingestellt hat.

Deutsche KMU sind damit laut der Kaspersky-Analyse wesentlich sicherer aufgestellt als der weltweite Durchschnitt. Weltweit würden noch 22 Prozent der KMU weiterhin auf Windows 7 setzen. Grundlage der Analyse sind anonymisierte Daten von Nutzern des Kaspersky Security Networks.

Zwar gibt es für Windows 7 keinen automatischen Support mehr, wer den Umstieg nicht rechtzeitig geschafft hat, kann über Microsofts Extended

Security Update-Program (ESU) kostenpflichtig weiterhin Sicherheits-Updates abonnieren. Davon machte beispielsweise die Bundesregierung im letzten Jahr Gebrauch: Nach Informationen von netzpolitik.org summierte sich die Zahl der Windows-7-Rechner in Bundesämtern und -ministerien auf knapp 64.000. Update-Gebühren im Jahr 2020: 1,9 Millionen Euro. (DEG)



Foto: wessel - stock.adobe.com



Fachbegriffe in 12 Sprachen lernen

Für Nicht-Muttersprachler, die berufsfachliche Begriffe und Redewendungen lernen wollen, hat die Bertelsmann Stiftung das „Berufs-ABC“ entwickelt. Beschäftigte mit geringen Deutschkenntnissen können die Website www.berufs-abc.de nutzen, um ihren berufsspezifischen Wortschatz zu erweitern.

Die Berufe reichen von A wie Änderungsschneider bis V wie Verfahrensmechaniker. Unter den 30 Berufen sind auch einige aus dem Handwerk, zum Beispiel Anlagenmechaniker, Bäcker, Klempner oder Tischler. Zu jedem Beruf finden User der Website allgemeine Informationen sowie Vokabellisten als PDF-Download. (AML)