

wim

WIRTSCHAFT IN MITTELFRANKEN 5 | 2021



VIRTUELL VERHANDELN

REALE STRATEGIEN DURCHSPIELEN

7 S. 28

ARBEITSRECHT

Maskenpflicht
im Betrieb

7 S. 14

BREXIT

Wie laufen
die Geschäfte?

7 S. 22

Spannungsgeladen

Der ID.3* und der neue ID.4**



Bereit für eine neue Ära der Elektromobilität? Mit dem ID.3 und dem ersten vollelektrischen Volkswagen SUV, dem neuen ID.4, ist die Zukunft näher, als man denkt. Mit elektrisierender Performance, futuristischem Design und erstaunlichen Reichweiten setzen die beiden vollelektrischen Volkswagen überall die Herzen unter Strom.

* Stromverbrauch des ID.3, kWh/100 km: kombiniert 15,4–14,5; CO₂-Emissionen, g/km: kombiniert 0

Stromverbrauch des ID.3 Pro Performance, kWh/100 km: kombiniert 15,4–14,5; CO₂-Emissionen, g/km: kombiniert 0

Stromverbrauch des ID.3 Pro S, kWh/100 km: kombiniert 14,1–13,5; CO₂-Emissionen, g/km: kombiniert 0

** Stromverbrauch des neuen ID.4, kWh/100 km: kombiniert 16,9–15,5; CO₂-Emissionen, g/km: kombiniert 0

ID.3 Pure Performance 110 kW (150 PS) 45 kWh

1-Gang-Automatik

Stromverbrauch, kWh/100 km: kombiniert 13,1;

CO₂-Emissionen, g/km: kombiniert 0

Ausstattung: LED-Scheinwerfer mit automatischer Fahrlichtschaltung, Multifunktionslenkrad mit Touch-Bedienung, Müdigkeitserkennung, Navigationssystem „Discover Pro“, Spurhalteassistent „Lane Assist“, Einparkhilfe u. v. m.

ID.4 Pure 109 kW (149 PS) 52 kWh 1-Gang-Automatik

Stromverbrauch, kWh/100 km: kombiniert 15,5;

CO₂-Emissionen, g/km: kombiniert 0

Ausstattung: LED-Scheinwerfer mit automatischer Fahrlichtschaltung, Multifunktionslenkrad mit Touch-Bedienung, Außenspiegel elektrisch einstell-, anklapp- und beheizbar, Klimaanlage „Climatronic“, Müdigkeitserkennung, Navigationssystem „Discover Pro“ u. v. m.

GeschäftsfahrzeugLeasingrate¹ monatlich	119,00 €
Sonderzahlung (z. B. BAFA-Bonus ²):	6.000,00 €
Laufzeit:	24 Monate
Jährliche Fahrleistung:	10.000 km

GeschäftsfahrzeugLeasingrate¹ monatlich	139,00 €
Sonderzahlung (z. B. BAFA-Bonus ²):	6.000,00 €
Laufzeit:	24 Monate
Jährliche Fahrleistung:	10.000 km

Fahrzeugaufbau zeigt Sonderausstattungen gegen Mehrpreis. Bildliche Darstellungen können vom Auslieferungsstand abweichen. Stand 04/2021. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

¹ Ein Angebot der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorn Str. 57, 38112 Braunschweig, für gewerbliche Einzelabnehmer mit Ausnahme von Sonderkunden. Zzgl. Überführungskosten und MwSt. Bonität vorausgesetzt. Etwaige Rabatte bzw. Prämien sind im Angebot bereits berücksichtigt. Nur solange der Vorrat reicht. ² Der Umweltbonus setzt sich zusammen aus einer vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA), Referat 422, Frankfurter Straße 29–35, 65760 Eschborn, www.BAFA.de, gewährten staatlichen Förderung in Höhe von bis zu 6.000,00 € sowie einer von der Volkswagen AG in Höhe von bis zu 3.000,00 € gewährten Prämie. Die Auszahlung des Anteils des BAFA erfolgt erst nach positivem Bescheid des von Ihnen gestellten Antrags. Der Herstelleranteil wird bereits in der Kalkulation erfasst, der BAFA-Anteil als Sonderzahlung. Für die Gewährung des BAFA-Anteils können wir nicht garantieren. Gerne unterstützen wir Sie bei der Beantragung. Der staatliche Umweltbonus endet mit Erschöpfung der bereitgestellten Fördermittel, spätestens am 31.12.2021. Ein Rechtsanspruch besteht nicht. Nähere Informationen erhalten Sie bei uns.

Eine Empfehlung der Feser, Graf & Co. Automobil Holding GmbH, Heisterstraße 4 a, 90441 Nürnberg, an die Tochter-Autohäuser.
Eine Liste dieser Autohäuser finden Sie im Internet unter feser-graf.de



feser-graf.de

FESER  **GRAF**

Ausbildung jetzt!

Seit einem Jahr dreht sich alles um das Wort mit „C“, man mag es schon gar nicht mehr aussprechen. In enger Taktung überschlagen sich die Regeln, wer wann was wie öffnen und verkaufen darf. Diese Fokussierung auf die Tagesaktualitäten darf unseren Blick für die längerfristigen Perspektiven nicht trüben.

Unsere Wirtschaft ist dringend auf Fachkräfte angewiesen und die bekommen wir nur, wenn wir ausbilden. Deshalb setzen wir als IHK alles daran, damit die Ausbildung läuft. Das fängt bei den Berufsinformationen an und geht über die Gestaltung der Inhalte weiter, wie bei den IT-Berufen, die just neue Fachrichtungen und Einsatzgebiete bekommen haben. Das Matching von Betrieb und Azubi begleiten wir mit Azubi-Speed-Datings und Projekten wie „Karrierekick Mittelfranken“. Eine Herkulesaufgabe stellt unter Pandemiebedingungen gerade die Organisation der Abschlussprüfungen dar, aktuell stehen im Mai 5 956 schriftliche Prüfungen an.

An die Unternehmen gerichtet sage ich:

„ Bleiben Sie ausbildungsbereit und denken Sie an die Zeit nach der Krise!“

Besonders begrüße ich in diesem Zusammenhang, dass die Bundesregierung das Programm „Ausbildungsplätze sichern“ deutlich ausgeweitet hat. Unternehmen, die in erheblichem Umfang von der Pandemie betroffen sind und dennoch ihr Ausbildungsengagement beibehalten oder ausweiten, bekommen eine Ausbildungsprämie von 4 000 bzw. 6 000 Euro. Einzelheiten finden Sie in dieser WiM auf Seite 20.

Doch was hilft das alles, wenn wir nicht genügend Bewerber bekommen? Deshalb appelliere ich an die Schulabgänger und ermutige sie, in eine berufliche Ausbildung einzusteigen. Nicht jeder wird auf diesem Weg IHK-Präsident wie einst Hubert Weiler oder Oberbürgermeister wie Marcus König werden, aber ein guter Start in die Karriere ist die duale Ausbildung allemal. Deren Ansehen stärken wir gemeinsam mit der Handwerkskammer und dem Wirtschaftsministerium durch eine Kampagne, die den Eltern sagt: Seid stolz auf eure Kinder, die eine Ausbildung machen!



Armin Zitzmann

Dr. Armin Zitzmann
IHK-Präsident



Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken

Hauptmarkt 25/27 | 90403 Nürnberg
Postanschrift: 90331 Nürnberg
www.ihk-nuernberg.de

Geschäftszeiten des Service-Zentrums
Mo. bis Do. 8 – 17 Uhr, Fr. 8 – 15 Uhr
Tel. 0911 1335-1335
kundenservice@nuernberg.ihk.de

Hauptgeschäftsführer

Markus Löttsch | Tel. 1335-1373
markus.loetzsch@nuernberg.ihk.de

Standortpolitik und Unternehmensförderung

Dr. Udo Raab | Tel. 1335-1383
unternehmensfoerderung@nuernberg.ihk.de

Berufsbildung

Stefan Kastner | Tel. 1335-1231
berufsbildung@nuernberg.ihk.de

Innovation | Umwelt

Dr. Robert Schmidt | Tel. 1335-1299
giu@nuernberg.ihk.de

International

Armin Siegert | Tel. 1335-1401
international@nuernberg.ihk.de

Recht | Steuern

Oliver Baumbach | Tel. 1335-1388
recht@nuernberg.ihk.de

Kommunikation

Dr. Kurt Hesse | Tel. 1335-1379
presse@nuernberg.ihk.de

Finanzen, Personal & Zentrale Services

Michael Fischer | Tel. 1335-1407
gb-finanzen@nuernberg.ihk.de

KundenService

Sabine Edenhofer | Tel. 1335-1335
kundenservice@nuernberg.ihk.de

Geschäftsstelle Ansbach

Karin Bucher | Tel. 0981 209570-11
ansbach@nuernberg.ihk.de
Bahnhofsplatz 8
91522 Ansbach

Geschäftsstelle Erlangen

Knut Harmsen | Tel. 09131 97316-0
erlangen@nuernberg.ihk.de
Henkestraße 91
91052 Erlangen

Geschäftsstelle Fürth

Dr. Maike Müller-Klier | Tel. 0911 780790-0
fuerth@nuernberg.ihk.de
Flößbaustraße 22a
90763 Fürth

Geschäftsstelle Nürnberger Land | Schwabach | Landkreis Roth

Lars Hagemann | Tel. 0911 308682-90
geschaeftsstelle-nuernberg@nuernberg.ihk.de
Hauptmarkt 25/27
90403 Nürnberg

Wirtschaftsjunioren

Knut Harmsen | Tel. 09131 97316-0
knut.harmsen@nuernberg.ihk.de

DER SÜDWESTPARK

IST NÜRNBERGS TOP-BUSINESS-STANDORT



Wir haben MEHR!

Hier werden viele wirtschaftlich wertvolle Vorteile miteinander vereint:

New Work

Zukunftssichere und innovative Flächenlösungen, z. B. für Mix aus Präsenz mit mobiler Arbeit

Networking

240 Unternehmen auf 190.000 m² Mietflächen

Vorausdenken

für umweltfreundliche nachhaltige Strukturen und günstige Betriebskosten

Work-Life-Balance

mit Nahversorgung, Dienstleistungen und Serviceangeboten: Fitnesscenter, Kantine, Hotel, Kinderkrippe uvm.

Mobilität

eigener S-Bahnhof, 4.000 Parkplätze, E-Laden mit PV-Strom, Fahrradpark

**Sichern Sie sich Ihren Platz am
TOP-BUSINESS-STANDORT SÜDWESTPARK!**



42 DIHK-
Fachausschüsse



Titelthema

27
Marketing | Kommunikation

Spektrum

- 8 Ausbildung und Studium kombinieren:** IHK informiert Unternehmen über duale Studiengänge.
- 9 Corona-Tests:** Das Portal „IHK eco-Finder“ ermöglicht die Suche nach Anbietern.

Business

- 14 Arbeitsrecht in der Corona-Krise:** Regeln für die Maskenpflicht im Betrieb.
- 18 Corona-Hilfen:** Was ist neu bei der Überbrückungshilfe?
- 20 Ausbildungsprämie:** Die Förderung wurde deutlich verbessert.

Märkte

- 22 Deutsch-britischer Handel nach dem Brexit:** Erfahrungsberichte von mittelfränkischen Unternehmen.
- 26 Forschungsförderung:** Anträge auf die steuerliche Zulage können jetzt gestellt werden.

IHK-Welt

- 42 DIHK-Fachausschüsse:** Fachleute aus Mittelfranken sind in Berlin stark vertreten.
- 44 Neuer DIHK-Präsident:** Peter Adrian übernimmt die Führung.
- 45 Medical Valley EMN:** Neuer Vorstand gewählt.

Special Marketing | Kommunikation

- 28 Verhandeln in Corona-Zeiten:** Tipps für die Organisation von Telefon- und Videokonferenzen.
- 32 Employer Branding:** Wie bauen Unternehmen eine Arbeitgebermarke auf?
- 34 Content-Marketing:** Erfolgreiche Kundenansprache in der Corona-Krise.
- 38 Marketing im E-Sport:** Gaming-Sektor bietet Zugang zu jungen Zielgruppen.



Titelmotiv

„Opernpartie“: Wie setzte Paul Morphy hier in zwei Zügen matt? Gespielt 1858 in Paris während einer Aufführung der Oper „Der Barbier von Sevilla“. Zur Lösung „Opernpartie“ im Internet suchen.



26 Steuerliche
Forschungsförderung



22 Zwischenbilanz
Brexit



14
Rechtliche Fragen
zur Maskenpflicht

Köpfe

- 58 Bäckerei Karg:** Schwabacher Unternehmen besetzt mit seinen Knäckebrot-Produkten eine Nische im Lebensmittelmarkt.
- 61 Beltup:** Nürnberger Medienunternehmen erschließt neue Geschäftsfelder in der Medizinbranche.
- 64 Hüttinger:** Ausstellungsbauer aus Schwaig erweitert Produktportfolio um Systeme für die Luftreinigung.

Unternehmen

- 68 Gillig + Keller:** Uffenheimer Unternehmen baut Hallen, Bürogebäude und Ställe.
- 74 BayWa:** Gute Geschäfte mit Landwirten und privaten Bauherren in der Corona-Pandemie.
- 78 BayBG:** Beteiligungsgesellschaft hat finanzielles Engagement in Mittelfranken fast verdoppelt.
- 79 Bio-Gate:** Nürnberger Medizintechnik-Unternehmen verzeichnet starke Zuwächse im Veterinärgeschäft.

IHK digital

- Luca-App in der IHK**
Auch die IHK Nürnberg setzt die Luca-App ein, um die Gesundheitsämter bei der Kontaktnachverfolgung von Corona-Fällen zu unterstützen. Wer das „Haus der Wirtschaft“ am Nürnberger Hauptmarkt und die regionalen Geschäftsstellen betritt, scannt den an den Ausgängen angebrachten QR-Code, sodass die Kontaktdaten im Falle einer festgestellten Infektion mit den Gesundheitsämtern geteilt werden können.
www.ihk-nuernberg.de/s/110946



Rubriken

- | | |
|------------------------------------|--|
| 10 Verbraucherpreisindex | 53 Veranstaltungen |
| 44 IHK – Wir setzen uns ein | 66 Personalien Auszeichnungen |
| 47 Branchen A – Z | 75 Wirtschaft engagiert sich |
| 49 Inserentenverzeichnis | 81 Impressum |
| 51 Bekanntmachungen | 82 Cartoon von Gymmick |



- IHK-Podcast** mit aktuellen Themen aus der Wirtschaft in Mittelfranken:
ihk-nuernberg.de/wimcast

Ausbildung und Studium kombinieren

■ Wie gewinnen Unternehmen mit dem Angebot eines Verbundstudiums künftige Fach- und Führungskräfte? Diese Frage beantwortet eine Veranstaltung der IHK Nürnberg für Mittelfranken und der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU) am Donnerstag, 17. Juni 2021, 15 bis 16 Uhr. Bei dem Webinar werden die allgemeinen Grundlagen des Dualen Studiums (z. B. mögliche Studiengänge und formale Anforderungen) erläutert und eine konkrete Umsetzung am Beispiel von Verbundstudiengängen der FAU aufgezeigt.

www.ihk-nuernberg.de/v/6048



Asien-Pazifik-Forum Bayern

■ Unter dem Motto „Bayern trifft Asien“ findet am Donnerstag, 15. Juli 2021 zum 15. Mal das Asien-Pazifik-Forum Bayern statt. Die kostenlose Tagung wird diesmal in digitaler Form durchgeführt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen Vorträge und Diskussionsrunden, die aktuelle Trends und Entwicklungen im Asien-Geschäft aufzeigen. Asien-Experten der Auslandshandelskammern stehen am Veranstaltungstag und an weiteren Tagen für individuelle Beratungsgespräche zur Verfügung. Veranstalter ist der Bayerische Industrie- und Handelskammertag (BIHK), die Koordination und Organisation übernimmt wieder die IHK Nürnberg. Unternehmen können sich bereits jetzt als Teilnehmer für die Online-Veranstaltung und die Beratungsgespräche anmelden.

www.apf-bayern.de

TIPP DES MONATS

■ Produkte aus der Region sind gerade in Zeiten der Pandemie äußerst beliebt und gefragt. Um Verbrauchern den Zugang zu Regionalprodukten aus der Metropolregion Nürnberg zu erleichtern, ist die Datenbank der Regionalkampagne Original Regional in die **RegioApp** des Bundesverbands der Regionalbewegung umgezogen. Mithilfe der Standortsuche werden in den Kategorien „Regional einkaufen“ und „Regional essen“ alle registrierten Anbieter im Umkreis von 150 Kilometern aufgeführt. Die Suche führt zu Direktvermarktern, Hofläden, Gastronomie, Wochenmärkten und Gärtnereien. Derzeit sind deutschlandweit rund 8 000 Einkaufs- und Speisemöglichkeiten in der „RegioApp“ enthalten.

www.original-regional.de/regioapp

IHK-Leitfaden: Betriebliche Ferienbetreuung

■ „Betriebliche Ferienbetreuung“ ist der Titel eines neuen Leitfadens der IHK Nürnberg für Mittelfranken. Er wendet sich an Unternehmen, die ihre Beschäftigten bei der Kinderbetreuung während der Ferienzeiten unterstützen wollen, und zeigt mit Beispielen drei Möglichkeiten auf, eine Ferienbetreuung zu organisieren. Die Arbeitgeber signalisieren mit einem solchen Engagement, dass ihnen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ein wichtiges Anliegen ist. Der Leitfaden enthält auch Checklisten und Links zu weiterführenden Informationen sowie zu potenziellen Anbietern und Partnern.

www.ihk-nuernberg.de/ferienbetreuung-im-firmenverbund

Anbieter von Schnell- und Selbsttests

■ Schnell- und Selbsttests auf eine Corona-Infektion sind derzeit stark nachgefragt und für Unternehmen, die ihren Mitarbeitern ein Test-Angebot bieten wollen, nicht immer leicht zu beschaffen. Deshalb haben die deutschen Industrie- und Handelskammern auf ihrem Online-Portal „IHK ecoFinder“ eine interaktive Anbietersuche eingerichtet. Wer selbst Corona-Tests herstellt oder verkauft, kann sich auf dem Portal mit dem Profil „Medizinische Schutzausrüstung/ Virusnachweisverfahren“ registrieren lassen. IHK-Mitgliedsbetriebe können dann Unternehmen recherchieren, die Corona-Tests anbieten. Mit dieser Erweiterung der Plattform wollen die IHKs die vielfältigen Testaktivitäten von Unternehmen unterstützen.

➔ www.ihk-ecofinder.de (Suchbegriff „Antigen“)



Geistiges Eigentum kostenlos bewerten lassen

■ Kleine und mittlere Unternehmen mit Forschungsaktivitäten können ihr geistiges Eigentum mit einem neuen EU-Dienst kostenlos bewerten lassen. Dazu hat die Europäische Kommission den Dienst „Horizon Intellectual Property Scan“ auf den Weg gebracht. Der Schwerpunkt des Scans liegt auf EU-finanzierten Projekten im Rahmen der Forschungsprogramme Horizont 2020 und Horizont Europa. Mit seinem Netzwerk erfahrener Experten für geistiges Eigentum bietet das Horizon-Team eine individuelle Bewertung der immateriellen Vermögenswerte.

➔ www.ihk-nuernberg.de/innovation-forschung
https://ec.europa.eu/germany/news/20210322-geistiges-eigentum-bewerten_de

Wirtschaft
aktuell

www.ihk-nuernberg.de/mediathek

FRANKEN FERNSEHEN Julia Schendel

IHK BUSINESS TV

nächste Sendung
Dienstag, 18. Mai, 18.25 Uhr

03 | 2020



108,3

VERBRAUCHERPREISINDEX

Und Schnitt!

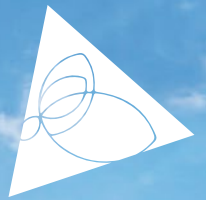
Die Inflationsrate in Deutschland – gemessen als Veränderung des Verbraucherpreisindex zum Vorjahresmonat – lag im März 2021 bei 1,7 Prozent. Damit war die Inflationsrate nach dem Ende der Mehrwertsteuersenkung den dritten Monat in Folge im Plus. Wer bespielte Ton-, Bild- und andere Datenträger kaufte, kam günstiger davon: Hier ließen die Preise um zehn Prozent nach.

	Basisjahr 2015 = 100	März 2021	Vgl. März 2020
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke		112,2	+ 1,6 %
Alkoholische Getränke, Tabakwaren		115,1	+ 3,0 %
Bekleidung und Schuhe		103,7	- 1,6 %
Wohnung, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe		107,2	+ 1,3 %
Möbel, Leuchten, Geräte und anderes Haushaltszubehör		104,5	+ 1,2 %
Gesundheit		105,7	- 0,1 %
Verkehr		110,6	+ 4,9 %
Post und Telekommunikation		94,3	- 1,5 %
Freizeit, Unterhaltung und Kultur		101,4	+ 1,6 %
z. B. Ton-, Bild- und andere Datenträger, bespielt		108,3	- 10,0 %
Bildungswesen		104,1	+ 1,6 %
Gaststätten- und Beherbergungsdienstleistungen		112,5	+ 1,3 %
Andere Waren und Dienstleistungen		110,6	+ 3,1 %
Verbraucherpreisindex (Gesamtlebenshaltung)		107,5	+ 1,7 %

Quelle: Statistisches Bundesamt, www.destatis.de

BEREITS
57 PROZENT
VERKAUFT

FLORA54
STADTWOHNEN WEST



Darstellungsbeispiel – Bauausführung abweichend

FLORA54: WOHNBAU AUF DEM EHEMALIGEN RADLOFF-AREAL - BAUBEGINN ERFOLGT!



Darstellungsbeispiel – Bauausführung abweichend



Darstellungsbeispiel – Bauausführung abweichend

80 EIGENTUMSWOHNUNGEN

- Wohnflächen ca. 58 m² bis ca. 129 m²
- schlüsselfertig | hochwertige Ausstattung
- KfW-Effizienzhaus 55 | Begrünungskonzept

45 MIKROAPARTMENTS

- Wohnflächen ca. 19 m² bis ca. 30 m²
- auf Wunsch möbliert und mit Vermietungsservice
- frei vermietbar | Top-Infrastruktur (U-Bahn Nordwestring)



14

Maskenpflicht im Betrieb: Was dürfen Arbeitgeber von ihren Mitarbeitern verlangen?



20

Ausbildungsprämie: Bundesregierung weitet Förderung für die Betriebe deutlich aus.

Business

FORSCHUNGSPROJEKT „PEDELISTICS“

Lastenräder im Praxistest

■ Was können Lastenfahrräder im Arbeitsalltag von Handwerk und Gewerbe leisten? Diese Frage steht im Mittelpunkt des „Lastenrad-Testtages“ am Dienstag, 11. Mai 2021 an der Technischen Hochschule Nürnberg (18 bis 19.45 Uhr am TH-Parkhaus, Bahnhofstraße 80, neben der S-Bahn-Haltestelle Dürrenhof). Organisiert wird der Praxistest von den Mitarbeitern des Lastenrad-Forschungsprojekts „PedeListics“ an der TH sowie von der Kompetenzinitiative CNA Neuer Adler. Alle Interessenten sind eingeladen, eine Probefahrt mit einem großen gewerblichen Lastenrad zu machen und sich mit den Projektmitarbeitern über Anforderungen und Einsatzgebiete solcher Fahrzeuge auszutauschen. Interessierte Unternehmen können mit der TH-Forschungsgruppe auch einen ein- bis zweiwöchigen, kostenlosen Testlauf im eigenen Betrieb vereinbaren.

➔ Anmeldung: www.c-na.de/pedelistics/testtag/



Foto: TH Nürnberg

Design - Bau - Service
**Gewerbeimmobilien
mit System**

GOLDBECK Ost GmbH, Niederlassung Nürnberg
Frauenweiherstraße 15, 91058 Erlangen
Tel. +49 9131 6195-0, nuernberg@goldbeck.de

building excellence
goldbeck.de

 **GOLDBECK**



ARBEITSRECHT

Wann darf die Maske fallen?

Arbeitsrecht in der Corona-Krise: Maskenpflicht, Ausnahmen und Sanktionsmöglichkeiten des Arbeitgebers.

Von Thomas Lausenmeyer

Kann der Arbeitgeber anordnen, dass die Mitarbeiter am Arbeitsplatz eine Maske tragen müssen? Das ist eine der zahlreichen Fragen, die die Corona-Krise im Arbeitsrecht aufgeworfen und die in der Praxis schon zu zahlreichen Auseinandersetzungen geführt hat. Die Maskenpflicht hat sich als wichtige Präventionsmaßnahme in den Betrieben bewährt und wurde bereits in eine Reihe von Rechtsgrundlagen mit aufgenommen. Auch Arbeits- und Verwaltungsgerichte haben sich schon damit beschäftigt. Dabei ging es u. a. um den Umfang der Maskenpflicht, um mögliche Ausnahmen sowie um Reaktions- und Sanktionsmöglichkeiten des Arbeitgebers, sollten sich die Mitarbeiter der Maskenpflicht verweigern.

Allgemeine Rechtsgrundlagen: Der Arbeitgeber hat im Rahmen seines Direktionsrechts (gemäß § 106 S. 2 Gewerbeordnung GewO) die Möglichkeit, für seine Beschäftigten die Pflicht anzuordnen, eine Mund-Nasen-Bedeckung im Betrieb zu tragen. Dadurch ordnet er das betriebliche Verhalten der Arbeitnehmer. Bei Betrieben, in denen ein Betriebsrat installiert ist, muss vorher dessen Mitbestimmungsrecht beachtet werden.

Eine Verpflichtung des Arbeitgebers zur Anordnung solcher Maßnahmen kann sich aus seiner Fürsorgepflicht (gemäß § 618 Bürgerliches Gesetzbuch BGB) und insbesondere aus den öffentlich-rechtlichen Arbeitsschutzvorschriften (gemäß § 3 Abs. 1 ArbSchG Arbeitsschutzgesetz) ergeben. Demnach muss er durch geeignete Maßnahmen Leben und Gesundheit seiner Arbeitnehmer in angemessenem und zumutbarem Umfang schützen.

Sars-CoV-2 Arbeitsschutzverordnung: Ergänzt werden diese allgemeinen gesetzlichen Grundlagen durch die bundesweit geltende Sars-CoV-2 Arbeitsschutzverordnung des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales. Sie ist Ende Januar 2021 in Kraft getreten und tritt nach derzeitigem Stand spätestens mit Ablauf des 30. Juni 2021 wieder außer Kraft. Die Verordnung verlangt von Arbeitgebern, dass bei betriebsnotwendigen Zusammenkünften von Beschäftigten geeignete

Schutzmaßnahmen ergriffen werden. Wenn mehrere Personen gleichzeitig in Räumen anwesend sind und dabei weniger als zehn Quadratmeter pro Person zur Verfügung stehen, muss der Arbeitgeber u. a. das Tragen von medizinischen Gesichtsmasken anordnen und so den Schutz der Arbeitnehmer sicherstellen. Dies gilt auch, wenn der Mindestabstand von 1,5 Metern nicht eingehalten werden kann oder wenn innerhalb von Gebäuden Wege vom und zum Arbeitsplatz zurückgelegt werden. In all diesen Fällen muss der Arbeitgeber seinen Arbeitnehmern medizinische Gesichtsmasken zur Verfügung stellen.

Darüber hinaus regelt die Verordnung auch, dass in den genannten Fällen die Arbeitnehmer die vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellten Masken oder mindestens gleichwertige Masken auch wirklich tragen müssen. Von einer Freiwilligkeit kann daher keine Rede sein. Die Verordnung lässt für den Arbeitgeber aber eine „Hintertür“ offen, indem sie ihm erlaubt, abweichend von der Maskenpflicht andere ebenso wirksame Maßnahmen zu treffen.

12. Bayerische Infektionsschutzmaßnahmenverordnung: Darüber hinaus gibt es in zahlreichen landesrechtlichen Regelungen zusätzliche Regelungen zur Maskenpflicht – beispielsweise in der 12. Bayerischen Infektionsschutzmaßnahmenverordnung vom 5. März 2021. Sie ordnet die Maskenpflicht für das Personal bestimmter Handels- und Dienstleistungsbetriebe an, die derzeit öffnen dürfen. Diese Pflicht gilt in den Verkaufsräumen, auf dem Verkaufsgelände, in den Eingangs- und Warteflächen vor den Verkaufsräumen und auf den zugehörigen Parkplätzen. In Kassen- und Thekenbereichen von Ladengeschäften kann die Maskenpflicht für das Personal gegebenenfalls entfallen, wenn transparente oder sonstige geeignete Schutzwände aufgestellt werden. Das Gleiche gilt für körpernahe Dienstleistungen, soweit diese aktuell erbracht werden dürfen. Zudem wird in der Verordnung eine Maskenpflicht für den Arbeitsplatz angeordnet, wenn dort der Mindestabstand von 1,5 Metern nicht zuverlässig eingehalten werden kann. Diese Verordnung, die eigentlich am 18. April 2021 außer Kraft

treten sollte, wurde zunächst bis einschließlich 9. Mai 2021 verlängert. Eine weitere Verlängerung ist wahrscheinlich, Genaueres stand zum Redaktionsschluss dieser WiM jedoch noch nicht fest.

Handlungsspielraum des Arbeitgebers: Der Arbeitgeber hat mit Ausnahme von den zwingenden Fällen, die in den jeweiligen Verordnungen vorgesehen sind, jedoch einen gewissen Handlungsspielraum bei der Anordnung einer Maskenpflicht. Denkbar sind alternative gleichwertige Schutzmaßnahmen wie Homeoffice, Trennwände, Entlüftungsanlagen, Abstandsgebote etc.

Des Weiteren muss überlegt werden, in welchem Umfang eine Maskenpflicht angeordnet werden soll bzw. kann. Die Rechtmäßigkeit einer solchen Pflicht ist nämlich fraglich, wenn das Tragen einer Maske weder den Arbeitnehmer selbst noch seine Kollegen schützen würde. Der Arbeitgeber wird sich also schwer tun, eine rechtmäßige Maskenpflicht für Situationen anzuordnen, in denen Mitarbeiter nicht mit Kollegen in Kontakt geraten. So dürfte beispielsweise die allein in einem Büro arbeitende Verwaltungsfachkraft nicht dazu verpflichtet werden, eine Maske zu tragen, solange sich keine anderen Kollegen im Büro befinden.

Sanktionsmöglichkeiten bei Verstößen: Verstößt ein Arbeitnehmer gegen eine rechtmäßig angeordnete Maskenpflicht am Arbeitsplatz, kann der Arbeitgeber zunächst eine Abmahnung aussprechen. Es kommt immer wieder vor, dass Arbeitnehmer keine Masken tragen, ausgegebene Masken nicht korrekt verwenden oder zu alternativen Mund-Nasen-Bedeckungen greifen, die aber keinen gleichwertigen Schutz vermitteln. Ein kurioser Fall wurde unlängst in einem Kündigungsrechtsstreit verhandelt: Der Arbeitgeber hatte die Belegschaft vielfach sensibilisiert und über die Hygiene- und Abstandsregeln informiert, insbesondere auch über die Maskenpflicht. Ein Arbeitnehmer trug aber beharrlich statt der ausgegebenen Masken einen Damenslip aus einem sehr durchlässigen Stoff als Mund-Nasen-Bedeckung, worauf ihm der Arbeitgeber kündigte. Ihm war aber davor keine Abmahnung ausgesprochen worden, die aber nach Auffassung des Arbeitsgerichts erforderlich gewesen wäre. Erst wenn sich der Arbeitnehmer also nach einer (unter Umständen mehrmaligen) Abmahnung weiterhin weigert, die Maskenpflicht einzuhalten, kann ihm verhaltensbedingt gekündigt werden. Nur in Ausnahmefällen dürfte eine Kündigung ohne vorherige Abmahnung rechtmäßig sein.

Daneben kann eine rechtswidrige Weigerung, einer rechtmäßig angeordneten Maskenpflicht Folge zu leisten, auch dazu führen, dass der Arbeitgeber den Arbeitnehmer nicht mehr weiterbeschäftigen kann bzw. muss. Dies ist insbesondere

dann vorstellbar, wenn andere Arbeitnehmer dadurch gefährdet würden. Hier überwiegt nach derzeitiger Auffassung der Rechtsprechung unterer Instanzen die Fürsorgepflicht gegenüber den anderen Arbeitnehmern.

Ausnahmen von der Tragepflicht: Anders verhält es sich, wenn ein Arbeitnehmer aus gesundheitlichen Gründen keine Maske tragen kann bzw. darf. Der „Maskenverweigerer“ kann also per se nicht sanktioniert werden. Es kommt auf die Gründe an, warum keine Maske getragen wird bzw. getragen werden kann.

Allein die Behauptung des Arbeitnehmers, er könne aus gesundheitlichen Gründen keine Maske tragen, reicht jedoch nicht. Der Arbeitgeber kann von ihm einen ärztlichen Nachweis verlangen. Das Attest und die dort angegebenen Tatsachen müssen es dem Arbeitgeber ermöglichen, selbstständig zu prüfen, ob der Mitarbeiter von der Maskenpflicht befreit werden kann. Pauschale Atteste reichen deshalb nach aktuell herrschender Meinung und Rechtsprechung nicht aus, denn diese hätten – im Gegensatz zu Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen – einen sehr geringen Beweiswert. Dies lässt sich auch aus der aktuellen bayerischen Verordnung ableiten, die die Befreiung von der dort geregelten Maskenpflicht durch eine ärztliche Bescheinigung nur unter Voraussetzungen zulässt. Die Befreiung sei nur möglich, wenn das Attest folgende Angaben enthält: sachliche und medizinische Beurteilung des Krankheitsbildes (Diagnose), den lateinischen Namen oder die Klassifizierung der Erkrankung gemäß der „Internationalen statistischen Klassifikation der Krankheiten und verwandter Gesundheitsprobleme“ (ICD 10) sowie den Grund, warum sich hieraus eine Befreiung von der Tragepflicht ergibt. Wird ein entsprechendes Attest vorgelegt, ist der Arbeitgeber gehalten, den Arbeitnehmer von Kollegen zu isolieren und gegebenenfalls durch weitere Maßnahmen (Gesichtsvision, Homeoffice etc.) das Weiterarbeiten zu ermöglichen.

Vergütungsfragen: Wenn sich der Mitarbeiter zu Unrecht weigert, eine Maske zu tragen, und er deswegen vom Arbeitgeber zu Recht ausgesperrt wird, ist für die Zeit der Aussperrung keine Vergütung zu zahlen.

Kann der Arbeitnehmer ohne Maske nicht ohne drohende Gesundheitsschäden eingesetzt werden und gibt es auch keine alternativen sicheren Beschäftigungsmöglichkeiten, wird dem Arbeitnehmer die Arbeitsleistung subjektiv unmöglich (gemäß § 275 Abs. 3 BGB). Dies führt in der Regel dazu, dass der Anspruch auf Zahlung der vereinbarten Vergütung verlöscht (gemäß § 326 Abs. 1 BGB) – es sei denn, der Arbeitgeber gerät in Annahmeverzug.



Ein Annahmeverzug führt dazu, dass der Arbeitgeber den Lohn weiter zahlen muss, auch wenn der Arbeitnehmer nicht arbeitet. Ob ein Annahmeverzug vorliegt, hängt unter anderem davon ab, unter welchen Umständen der Arbeitnehmer bereit ist, seine Arbeitsleistung zu erbringen, und ob er sie dem Arbeitgeber ordnungsgemäß anbietet. Der Arbeitgeber muss gegebenenfalls seinerseits vorher alle ihm zumutbaren rechtlichen Möglichkeiten im Rahmen seines Direktionsrechts und unter Berücksichtigung seiner Fürsorgepflicht ausgeschöpft und die zu erbringende Arbeitsleistung und die Arbeitsumstände konkretisiert haben. Es darf also keine alternative, beiden Seiten zumutbare Beschäftigungsmöglichkeit bzw. keinen leidensgerechten Arbeitsplatz geben, auf dem der Arbeitnehmer beschäftigt werden könnte und so wieder zur Leistungserbringung im Stande wäre. Letztlich muss im Einzelfall geprüft werden, ob die Voraussetzungen für einen Lohnanspruch wegen Annahmeverzugs vorliegen oder nicht.

Die Maske wird viele Arbeitgeber und Arbeitnehmer im Pandemie-Arbeitsalltag noch einige Zeit begleiten. Arbeitgeber sollten hierbei vor allem ihre



Foto: alvarez/Getty Images.de

Fürsorgepflicht sowie spezialgesetzliche Regelungen beachten. Gegebenenfalls kann es nötig sein, auf individuelle „Nöte“ einzelner Arbeitnehmer Rücksicht zu nehmen und – soweit möglich – organisatorisch umzudisponieren. Arbeitnehmer tun gut daran, eine Maskenpflicht am Arbeitsplatz zu befolgen, um Sanktionsmaßnahmen zu vermeiden und ihre Kollegen zu schützen.

Thomas Lausenmeyer ist Rechtsanwalt und Associate Partner bei der Rechtsanwalts-, Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Rödl & Partner in Nürnberg (thomas.lausenmeyer@roedl.com, www.roedl.com).



WIR FÖRDERN TRADITION UND INNOVATION

Bayerns Mittelstand ist stark in seiner Vielfalt. Als Förderbank für Bayern unterstützen wir das traditionelle Handwerk genauso wie innovative Hightech-Unternehmen. Gerne beraten wir Sie kostenfrei, wie sich mit unseren zinsgünstigen Darlehen Ihr nächstes Vorhaben schnell realisieren lässt. Tel. 089 / 21 24 - 10 00

www.lfa.de

**DAMIT BAYERNS
MITTELSTAND STARK
BLEIBT – AUCH IN
HERAUSFORDERNDEN
ZEITEN**

Beratung.
Finanzierung.
Erfolg.

CORONA-HILFEN

Neues bei der Überbrückungshilfe

Bund und Freistaat unterstützen mit Verbesserungen bei der Überbrückungshilfe III und mit Geldern für Härtefälle.



Foto: Phawat-Topaisan/Gettyimages.de

Eigenkapitalzuschuss: Unternehmen, die von Corona besonders betroffen sind, können ab sofort einen Eigenkapitalzuschuss im Rahmen der Überbrückungshilfe III beantragen. Voraussetzung ist ein Umsatzeinbruch von mindestens 50 Prozent in mindestens drei Monaten zwischen November 2020 und Juni 2021. Der Zuschuss beträgt bis zu 40 Prozent eines Großteils der förderfähigen Fixkosten und wird zusätzlich zur regulären Förderung gewährt. Unternehmen, die ihren Erstantrag auf Überbrückungshilfe III bereits gestellt haben, können diesen neuen Eigenkapitalzuschuss mit einem Änderungsantrag beantragen.

Weitere Verbesserungen bei der Überbrückungshilfe III:

- ▶ Anhebung der Fixkostenerstattung auf 100 Prozent bei einem Umsatzeinbruch von mehr als 70 Prozent
- ▶ Anschubhilfe für Unternehmen der Veranstaltungs- und Reisewirtschaft in Höhe von 20 Prozent der Lohnsumme (maximal zwei Mio. Euro)
- ▶ Verlängerung des Zeitraums für erstattungsfähige Kosten in der Veranstaltungs- und Kulturbranche auf bis zu zwölf Monate vor Beginn des geplanten Veranstaltungsdatums
- ▶ Wertabschreibung saisonaler und verderblicher Ware: Die bisherige Sonderregelung für Einzelhändler wurde auf Hersteller, Großhändler und professionelle Verwender erweitert.
- ▶ Antragstellern wird in begründeten Härtefällen die Möglichkeit eingeräumt, alternative Vergleichszeiträume zur Ermittlung des Umsatzrückgangs im Jahr 2019 zu wählen.

- ▶ Antragsberechtigt sind nun auch Existenzgründer, die ihre selbstständige Geschäftstätigkeit vor dem 1. November 2020 (vorher 1. Mai 2020) aufgenommen haben (gilt auch für Neustarthilfe).
- ▶ Unternehmen und Soloselbstständige können jetzt noch bei der Schlussabrechnung nachträglich zwischen Neustarthilfe und Überbrückungshilfe III wählen. Hintergrund: Weil sich die wirtschaftliche Entwicklung der Corona-Krise schlecht abschätzen lässt, kann die im Einzelfall günstigste Hilfe nachträglich bestimmt werden.

Härtefallfonds: In Bayern stehen in einem Härtefallfonds über 230 Mio. Euro zur Unterstützung von Unternehmen und Selbstständigen zur Verfügung. Anträge sollen von Mai an über sogenannte prüfende Dritte (Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, vereidigte Buchprüfer und Rechtsanwälte) gestellt werden können. Unterstützt werden sollen diejenigen Unternehmen und Selbstständigen, die aufgrund von speziellen Fallkonstellationen durch das Raster der bestehenden Hilfsprogramme von Bund und Ländern gefallen sind, grundsätzlich aber förderwürdige Fixkosten aufweisen. Weitere Voraussetzung: Die wirtschaftliche Not muss eindeutig durch die Corona-Pandemie verursacht sein.

Die Förderung orientiert sich an der Fixkostenregelung der Überbrückungshilfe III und soll nicht höher als 100 000 Euro sein. Förderzeitraum ist 1. März 2020 bis 30. Juni 2021. Zuständige Bewilligungsstelle in Bayern ist – wie schon bei der Überbrückungshilfe – die IHK für München und Oberbayern. Eine Härtefallkommission aus Vertretern der Wirtschaft (HWK, IHK, vbw) und unter Vorsitz des Bayerischen Wirtschaftsministeriums entscheidet über die Einzelfallförderungen.

www.ueberbrueckungshilfe-unternehmen.de
www.ihk-muenchen.de/ueberbrueckungshilfe
www.ihk-nuernberg.de/ueberbrueckungshilfe
www.ihk-nuernberg.de/corona-haertefallfonds

IHK-INITIATIVE „WIRTSCHAFT TESTET“

Betriebe öffnen ihre Corona-Testzentren

■ Zahlreiche Unternehmen in Mittelfranken führen bereits sogenannte „Bürgertestungen“ durch. Mit der Initiative „Wirtschaft testet“ will die IHK Nürnberg für Mittelfranken diese Aktivitäten bündeln und ausweiten. Möglich sind die „Bürgertestungen“, wenn die betrieblichen Testzentren bestimmte Voraussetzungen erfüllen und von den Gesundheitsämtern gemäß der Coronavirus-Testverordnung beauftragt werden.

Der Landkreis Roth zeigt, dass ein solches Modell gut funktioniert: Dort sind mittlerweile 73 Unternehmen durch das Gesundheitsamt beauftragt, „Bürgertestungen“ durchzuführen. Der Landkreis Roth und die Unternehmerfabrik Landkreis Roth hatten dieses Konzept entwickelt und umgesetzt. „Wir möchten mithelfen, dieses erfolgreiche Modell auch in anderen Landkreisen einzuführen und damit die regionale Verfügbarkeit von Testmöglichkeiten zu verbessern“, so IHK-Hauptgeschäftsführer Markus Löttsch. In einem Schreiben an alle

Landräte und Oberbürgermeister in Mittelfranken hat Löttsch die Initiative vorgestellt und die Kooperation der IHK angeboten.

Die Federführung des Projekts liegt bei der IHK-Geschäftsstelle Fürth. Die IHK, Landrat Matthias Dießl und das Gesundheitsamt Fürth haben das Vorgehen, die Informationsmaterialien, das Schulungskonzept etc. abgestimmt. Das Prozedere: Die IHK berät die interessierten Unternehmen, klärt das Vorliegen notwendiger Voraussetzungen (u. a. Test- und Hygienekonzept), erstellt eine Liste der geeigneten Betriebe und übergibt diese an das Gesundheitsamt. Dieses prüft dann die Unterlagen und klärt beim Ordnungsamt, ob die Teststelle in das regionale Konzept passt. Abschließend spricht das Gesundheitsamt die sogenannte „Beauftragung weiterer Dritter“ aus und lässt damit die „Bürgertestung“ im Testzentrum des jeweiligen Betriebs zu.

 www.ihk-nuernberg.de/wirtschaft-testet



Foto: laborfil/Gettyimages.de

REGIONAL. KOMPETENT. GRÖßER ALS GEDACHT.

HLB HUSSMANN – Maßgeschneiderte Beratung für Ihr Unternehmen.

Stürmische Zeiten?
Bleiben Sie auf Kurs!



8

Wirtschaftsprüfer

6

Rechtsanwälte

Regional verwurzelt.
International vernetzt.
In Franken und in über 130 Ländern auf der Welt.



26

Steuerberater

3

IT-Spezialisten

Pendelordner ade?

Ganz einfach mit unserem digitalen Belegaustausch.



Alles im Blick?

Wir kümmern uns auch um die versteckten Risiken der Umsatzsteuer.

Thomas-Mann-Straße 50/T4
90471 Nürnberg

TEL.: +49 911 94977 - 0
WEB: www.hlb-hussmann.de
E-MAIL: info@hlb-hussmann.de

HLB HUSSMANN
Wirtschaftsprüfer • Steuerberater • Rechtsanwälte

AUSBILDUNGSPRÄMIE

Förderung deutlich verbessert

■ Für kleine und mittlere Unternehmen, die trotz der Covid-19-Pandemie weiter ausbilden, gibt es seit Anfang August 2020 unter bestimmten Voraussetzungen finanzielle Unterstützung vom Bund. Jetzt wurde das Programm „Ausbildungsplätze sichern“ fortgesetzt und deutlich ausgeweitet.



Foto: Andrey Popov/Getty Images.de

Die Prämien für Ausbildungen, die bis 31. Mai 2021 beginnen, werden rückwirkend ab 16. Februar 2021 in der bisherigen Höhe von 2 000 Euro pro Ausbildungsvertrag („Ausbildungsprämie“) bzw. 3 000 Euro („Ausbildungsprämie plus“) gezahlt. Bislang wurden nur Verträge berücksichtigt, die bis 15. Februar 2021 begonnen haben.

Die wichtigsten Neuerungen:

- ▶ Für Ausbildungen, die ab dem 1. Juni 2021 beginnen, werden die Ausbildungsprämien verdoppelt: Die „Ausbildungsprämie“ in Höhe von 4 000 Euro pro Ausbildungsvertrag (bisher 2 000 Euro) wird Betrieben gewährt, die in erheblichem Umfang von der Corona-Krise betroffen sind und dennoch ihr Ausbildungsengagement beibehalten. Die „Ausbildungsprämie plus“ in Höhe von 6 000 Euro (bisher 3 000 Euro) kann beantragt werden, wenn zusätzliche Ausbildungsverträge unterzeichnet werden. Ausgezahlt werden die Ausbildungsprämien, wenn die Azubis die Probezeit bestanden haben.

- ▶ Die Ausbildungsprämien werden auch für Ausbildungswechsler gewährt.
- ▶ Die Voraussetzung für beide Zuwendungen ist, dass die Umsätze wegen der Corona-Pandemie eingebrochen sind. Die Bedingungen werden allerdings für Ausbildungsverträge, die ab dem 1. Juni gelten, erleichtert: Nachzuweisen sind Umsatzrückgänge von mindestens 30 Prozent in mindestens einem Monat (bisher 50 Prozent in mindestens zwei zusammenhängenden Monaten oder 30 Prozent in fünf zusammenhängenden Monaten).
- ▶ Die Ausbildungsprämie kann nun von Unternehmen mit bis zu 499 Mitarbeitern beantragt werden (bislang bis zu 249 Mitarbeiter).
- ▶ Als neue Leistung wird ein „Lockdown II-Sonderzuschuss“ für Kleinstunternehmen mit bis zu vier Mitarbeitern eingeführt: Möglich ist ein einmaliger Zuschuss von 1 000 Euro je Azubi, wenn die Geschäftstätigkeit aufgrund Corona-bedingter behördlicher Anordnung eingestellt oder nur in geringem Umfang weitergeführt werden konnte, die Ausbildung aber fortgesetzt wurde.
- ▶ Wer Azubis aus einem Betrieb, der infolge der Corona-Krise insolvent geworden ist, weiter ausbildet, kann wie bisher Unterstützungsleistungen erhalten. Übernehmende Unternehmen werden für jeden sogenannten Insolvenzlehrling mit einmalig 6 000 Euro (bisher 3 000 Euro) gefördert. Diese Regelung gilt bis 31. Dezember 2021.

Sobald die aktualisierten Förderrichtlinien vorliegen, informieren wir umgehend im Corona-Newsletter (www.ihk-nuernberg.de/coronavirus) und auf der IHK-Homepage unter www.ihk-nuernberg.de/ausbildungspraemie.

Markewitsch Engineering Nürnberg



 www.men-montagen.de
 office@men-montagen.de
 +49 (0)911 964566-60

Wir sind Ihr Partner, wenn Sie **Maschinen versetzen**, Betriebsteile verlagern oder Ihren gesamten **Produktionsbetrieb ins Ausland** verlagern wollen. Unser hervorragend ausgebildetes Fachpersonal steht Ihnen für De- und Remontage, Transport und Verpackung zur Seite.

Wussten Sie, dass wir auch sauber machen? Komplexe Anlagen und Maschinen stellen hohe Anforderungen an **Reinigung und Wartung**. Wir stellen sicher, dass Verschmutzungen Ihren Produktionsablauf nicht behindern.





22

Handel mit Großbritannien nach dem Brexit: Erfahrungsberichte von Unternehmen aus Mittelfranken.



26

Forschungsförderung: Anträge auf die steuerliche Zulage können jetzt gestellt werden.

Märkte

NÜRNBERGER LAND

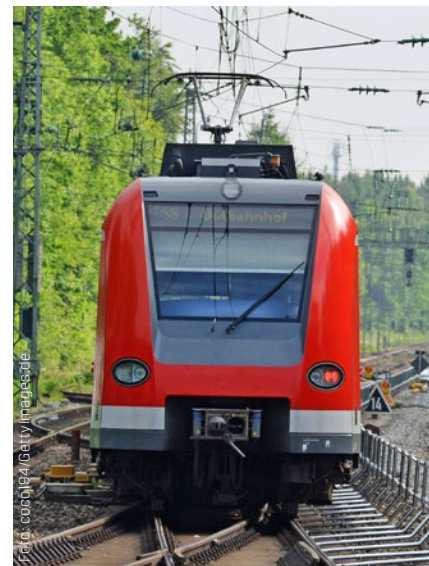
S-Bahn-Ausbau geht voran

■ Gute Nachricht für Fahrgäste auf den Strecken im Pegnitz- und Schnaittachtal: Der Freistaat Bayern hat die Deutsche Bahn beauftragt, mit der Planung eines weiteren S-Bahn-Angebots im Nürnberger Land zu beginnen – vom Nürnberger Hauptbahnhof über Lauf und Hersbruck rechts der Pegnitz bis nach Neuhaus an der Pegnitz (entlang der rechten Pegnitzseite) sowie bis nach Simmelsdorf-Hüttenbach (im Schnaittachtal). Verkehrsministerin Kerstin Schreyer und DB-Konzernbevollmächtigter Klaus-Dieter Josel haben jetzt eine entsprechende Vereinbarung für dieses sogenannte Projekt „Sektor Nordost“ mit einer Streckenlänge von 60 Kilometern unterzeichnet.

Das Bayerische Verkehrsministerium übernimmt die Planungskosten in Höhe von 2,65 Mio. Euro für die Elektrifizierung der Strecke nach Simmelsdorf-

Hüttenbach und für den barrierefreien Ausbau der Bahnhöfe. Um Zeit und Kosten zu sparen, will der Freistaat die S-Bahn-Planungen möglichst mit der Elektrifizierung der Franken-Sachsen-Magistrale zusammenzuführen, die vom Bund geplant wird. Denn die S-Bahn-Strecke verläuft von Nürnberg bis Neuhaus auf einem Abschnitt dieses noch auszubauenden Teils der Magistrale.

Die IHK Nürnberg für Mittelfranken begrüßt den geplanten S-Bahn-Ausbau ausdrücklich, so IHK-Verkehrsreferentin Franziska Röder. Der Ausbau werde – ebenso wie die geplante Elektrifizierung der Franken-Sachsen-Magistrale – seit Langem im „12-Punkte-Programm Verkehr“ der IHK gefordert. „Wir setzen daher auf einen zügigen Abschluss der Planungsarbeiten und eine effiziente Zusammenarbeit von Bund und Land“, so Röder.



QUALITÄT AM BAU
SEIT 1929



Wolfshöher Tonwerke, Neunkirchen a. S.



Kompetenz für Gewerbbauten

- Büro- und Verwaltungsgebäude
- Logistik- und Ausstellungshallen
- Produktionsgebäude

Auf Wunsch von Planung bis Schlüsselfertig.

Maisel Wohn- und Gewerbebau GmbH
91224 Hohenstadt 09154-180 www.maisel-bau.de



Infos zum Brexit

- ▶ IHK Nürnberg für Mittelfranken:
www.ihk-nuernberg.de/brexit
- ▶ Deutsch-Britische Industrie- und Handelskammer (AHK):
www.grossbritannien.ahk.de/brexit
- ▶ Generalzolldirektion: www.zoll.de
(Rubrik „Unternehmen/Warenursprung und Präferenzen“)
- ▶ Portal www.eures-deutschland.de der Bundesagentur für Arbeit: Informationen zur Beschäftigung ausländischer Mitarbeiter in Großbritannien (www.eures-deutschland.de/ueber-eures-informieren/eures-netzwerk/brexit/)
- ▶ Brexit-Infos der britischen Regierung:
www.gov.uk/transition



BREXIT

Auf der Insel gestrandet?

Erfahrungsberichte aus Mittelfranken: So läuft der Handel mit dem Vereinigten Königreich nach dem Brexit.

Seit den 1970er Jahren war das Vereinigte Königreich Mitglied in der Europäischen Union (EU). Bei dem Referendum im Jahr 2016 entschieden sich knapp 52 Prozent der Briten für einen Austritt aus der EU. Nach langwierigen Verhandlungen und mehrmaliger Verschiebung des Austritts trat Großbritannien Ende letzten Jahres aus dem EU-Binnenmarkt und der Zollunion aus. Seit 1. Januar 2021 gilt vorläufig ein zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich ausgehandeltes Handels- und Kooperationsabkommen (TCA), der sogenannte Brexit-Handelspakt. Ende April stimmte das Europa-Parlament dem Vertragswerk endgültig zu.

Mit dem Brexit hat die EU nicht nur ein politisches Schwergewicht verloren, auch der deutsche Außenhandel mit den Briten war im Schatten der Brexit-Diskussion rückläufig. Im Jahr 2019 war Deutschland noch der größte Lieferant des Landes mit einem Anteil von über zwölf Prozent an den britischen Einfuhren gewesen. Unter den Abnehmerländern lag Deutschland nach den USA auf Platz 2 mit rund zehn Prozent der britischen Exporte. Im Jahr 2020 ging es mit dem deutsch-britischen Warenaustausch deutlich nach unten: Die deutschen Exporte auf die Insel brachen um 15 Prozent auf knapp 67 Mrd. Euro ein, die Importe von dort sanken um sechs Prozent auf 38 Mrd. Euro. Allerdings trug dazu sicher auch die Coronapandemie bei, sodass sich die Brexit-Folgen nicht klar feststellen lassen.

Auch die Außenhandelszahlen des Monats Januar 2021 können deshalb nur eine Momentaufnahme sein, werfen aber dennoch ein ernüchterndes Schlaglicht auf den deutsch-britischen Handel: Während die gesamten deutschen Exporte im Vergleich zum Vorjahresmonat um „nur“ acht Prozent zurückgingen, brach der Export nach Großbritannien um 29 Prozent ein. Schlimmer noch das Ergebnis bei den Einfuhren: Die Importe nach Deutschland sanken insgesamt um zehn Prozent, die Importe nach Deutschland aus UK um 56 Prozent.

Dies dürfte auch die mittelfränkische Wirtschaft mit ihrer starken Außenhandelsorientierung stark treffen. Denn rund 822 Unternehmen aus

der Region unterhalten Geschäftsbeziehungen mit Partnern im Vereinigten Königreich, rund 120 von ihnen sind dort langfristig mit Produktionsstätten, Niederlassungen oder Repräsentanzen engagiert. Die hiesigen Unternehmen hätten sich – soweit dies angesichts des lange Zeit unklaren Verhandlungsausgangs möglich war – frühzeitig auf den Brexit vorbereitet, konstatiert Ariti Seth, Außenwirtschaftsexpertin der IHK Nürnberg für Mittelfranken. Sie verweist dabei auf die Vielzahl von Anfragen bei der IHK und die gut besuchten IHK-Webinare. Zahlreiche Unternehmen beklagten allerdings Defizite bei der Vorbereitung auf britischer Seite: Dort werde das kurz vor Jahresfrist ausverhandelte TCA-Vertragswerk häufig mit einem Freihandelsabkommen verwechselt. Dies habe dazu geführt, dass die anstehenden Veränderungen im Handel mit der EU häufig auf die leichte Schulter genommen worden seien.

Für die Unternehmen brachte der Brexit auf jeden Fall zahlreiche Unwägbarkeiten mit sich, auf die sie sich nur ansatzweise vorbereiten konnten. Die Tatsache, dass das Vereinigte Königreich nun im Verhältnis zu den EU-Staaten als Drittland gilt, erzeuge einen höheren Bürokratie- und Zeitaufwand, so die Klage zahlreicher Unternehmen gegenüber der IHK. Denn nun müssen alle Waren zollrechtlich abgefertigt werden, was insbesondere zu Jahresbeginn den Versand selbst von kleineren Päckchen empfindlich gestört hat. Eine Hilfe ist, dass der deutsche Zoll seine Datenbank „Warenursprung und Präferenzen“ aktualisiert hat, sodass sich die Unternehmen vor dem Warenversand über die aktuellen Regelungen informieren und den sogenannten Präferenzursprung ermitteln und nachweisen können.

Auswirkungen auf Irland-Geschäft

Komplexer ist auch der Handel mit dem EU-Mitglied Irland geworden. Auf der klassischen Route von Deutschland durch das Vereinigte Königreich nach Irland werden beispielsweise Kfz-Bauteile einmal aus der EU aus- und dann wieder in die EU eingeführt – immer mit dem kompletten zollrechtlichen Programm. Für das britische Nordirland sieht das Protokoll zu Nordirland einen Son-



derstatus für den Warenverkehr vor. Zwar bleibt Nordirland Teil des britischen Zollgebiets, zollrechtlich wird es aber so behandelt, als ob es noch zur EU gehören würde.

Auch der Austausch von bestimmten Waren ist komplizierter geworden. Anfang April haben die Briten beispielsweise die Anforderungen für den Handel von tierischen Produkten mit der EU verschärft. Seth verweist auch auf Änderungen beim Handel mit Arzneimitteln und bei der Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen in Großbritannien. Sie geht jedoch aktuell davon aus, dass sich bis zur Jahresmitte vieles in der täglichen Praxis einpendeln werde.

Entsendung von Mitarbeitern stark begrenzt

Neue Hürden gibt es auch bei der Entsendung von Mitarbeitern, wie Ariti Seth berichtet. Für entsendete Bauarbeiter sind viele kleine Details geändert worden, die in Summe die „Anforderungen extrem hoch“ schrauben. Messeaktivitäten und Meetings sind weiterhin gut möglich, auch exportierende Maschinenbauer können ihre Anlagen durch eigene Techniker bei den Kunden auf der Insel in Betrieb nehmen. Aber für andere Formen der Mitarbeiterentsendung (z. B. für Dienstleistungen wie Bau- und Montagearbeiten) gibt es jetzt starke Einschränkungen: Die Einreise von EU-Staatsangehörigen zwecks Erbringung von Dienstleistungen oder freiberuflichen Tätigkeiten ist laut dem TCA nur noch unter engen Voraussetzungen möglich. Nur Branchen, die ausdrücklich im Anhang des Handelsabkommen aufgeführt sind, können Dienstleistungen in Großbritannien erbringen. Dem Anhang sind auch die Beschränkungen für zugelassene Dienstleistungen wie z. B. Bau- und Ingenieurdienstleistungen zu entnehmen. Hier sollen in den nächsten Monaten weitere Klarstellungen erfolgen. Klar ist aber bereits: Die Mitarbeiter benötigen eine vorherige Genehmigung, deren Erteilung keineswegs garantiert ist. Nicht erteilt wird sie beispielsweise für Leiharbeiter oder wenn die Bezahlung der Dienstleister in Großbritannien erfolgen soll. Außerdem gibt es strenge Regelungen, was die geforderten Qualifikationen der Dienstleister betrifft.

Die Aussagen mittelfränkischer Betriebe fallen mit Blick auf das Großbritannien-Geschäft aktuell durchaus unterschiedlich aus. So ist Großbritannien für die Fürther **Bruder Spielwaren GmbH + Co. KG** ein wichtiger Absatzmarkt, die Ausfuhr von Spielzeugautos dorthin hat sich in den letzten Jahren relativ gleichbleibend entwickelt. „Seit 2020 ist die Situation schon etwas schwieriger geworden“, erklärt Geschäftsführer Paul Heinz Bruder. Man könne derzeit aber noch nicht beurteilen, inwiefern das auf den Brexit oder die Corona-Pandemie zurückzuführen ist. Zwar profitiert

der Spielzeughersteller von seinen langjährigen Erfahrungen als Exporteur, dennoch verursache beispielsweise die Umstellung der Warenkennzeichnung von der bisherigen CE-Konformität auf die UKCA-Kennzeichnung einen erheblichen personellen und finanziellen Zusatzaufwand. Unklar sei auch die Frage, ob sich die Briten künftig stärker an EU-Normen oder an eigenen Standards orientieren werden bzw. ob die künftigen Standards noch EU-konform sein werden.

Auch die **Fath GmbH** aus Spalt beklagt die mit dem Brexit gewachsene Bürokratie. Die Unternehmensgruppe mit ihren 360 Mitarbeitern ist auf Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Systemkomponenten etwa für Maschinenbau, industriellen Gehäusebau und Betriebsmittelbau spezialisiert. Unter den sieben Auslandsstandorten findet sich auch einer im Vereinigten Königreich. Dieser Standort laufe zwar trotz der zurückhaltenden Stimmung in UK gut, aber man müsse teils „Purzelbäume“ schlagen, um Waren zuzuliefern, berichtet Geschäftsführer Wido Fath. Die Belieferung per Streckengeschäft hat im Schatten der neuen Brexit-Formalitäten eine weitere Folge: Weil Lkw nur mit Verzögerungen von der Insel kommen, fehlen am Markt die üblichen Kapazitäten. „Das treibt die Preise nach oben“, hat Fath beobachtet.

Bei der **Heinloth Holding GmbH & Co. KG** aus Roth sorgt der Brexit seit Jahresbeginn für wachsendes Geschäft. Der Logistiker mit insgesamt rund 400 Beschäftigten hat sich u. a. auf prozessoptimierte Gütertransporte von Tür zu Tür spezialisiert. Der Verkehr von und nach Großbritannien gehört zu den Kernkompetenzen und ist neben den Verkehren von und nach Italien sowie Skandinavien eine der Hauptsäulen des Transportgeschäftes. „Die Mengenentwicklung ist insgesamt sehr positiv, wir haben seit Januar zusätzliches Geschäft akquirieren können“, lautet das erste Fazit von Vertriebs- und Marketingdirektor Markus Maier. Derzeit werden im Monat nahezu 1 000 Teil- und Komplettladungen nur im Export nach Großbritannien abgefertigt, dafür sind derzeit knapp 250 Sattelaufleger im Einsatz.

Für den erhöhten administrativen Aufwand durch die Zollformalitäten wurden zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen. Zudem kalkuliert Heinloth seit Jahresbeginn bei seinen Komplettladungen nach Großbritannien damit, dass sich die Laufzeit um mindestens einen Tag verlängert. Bei Teilladungen sind es sogar eher zwei bis drei Tage, berichtet Maier. Heinloth übernimmt mit der britischen Tochter Heinloth UK Ltd. die gesamte Einfuhrverzollung ins Königreich sowie die Ausfuhrabfertigung. Dabei profitiere man enorm von der eigenen Niederlassung in UK. Gerade in der für alle Beteiligten unge-

wohnten Brexit-Anfangsphase hätten die britischen Kollegen ihre Kompetenz im Bereich Zoll und ihre Erfahrungen auf dem Heimatmarkt eingebracht. Derzeit sieht Maier noch keine Normalisierung, der Markt sei noch sehr volatil. Das gelte zum einen auf die notwendigen Ressourcen, also beispielsweise geeignete Fahrrouten und vor allem ausreichend Plätze und Festbuchungen. Zum anderen fehle es aktuell bei manchen Verladern noch an einer zuverlässigen Abwicklung und an einem prozessorientierten Dokumentenmanagement.


Auch für die Nürnberger Niederlassung der Frankfurter **Schenker Deutschland AG** sind die GB-Verkehre ein fester Bestandteil ihrer paneuropäischen Logistikaktivitäten. Der Aufwand für neue Zollformalitäten sei extrem hoch und wesentlich größer als bei anderen europäischen Zollländern wie der Schweiz oder Norwegen. Schenker beobachtet bei Firmen, die direkt an Konsumenten vermarkten, dass sie sich zusätzlichen Kosten durch Verzollung und gesteigerten Transportaufwand ausgesetzt sehen. Für Industrieunternehmen, die mit niedrigen Lagerbeständen arbeiten und dadurch auf eine zuverlässige Zustellung angewiesen sind, liege die Herausforderung insbesondere in den erhöhten Durchlaufzeiten. Als zusätzliche Prozessschritte, die weitere Kosten verursachen, nennt man bei Schenker die Import- und Exportdeklaration, die für jede Sendung von und nach Großbritannien benötigt wird. Aufwändiger seien auch die Touren nach Nordirland, das eigentlich aus EU-Sicht unverändert beliefert wird, was aber wegen des Transits durch Großbritannien mit den vorhandenen Systemen anspruchsvoll ist.

Nach einem Einbruch in den ersten beiden Monaten des Jahres registriert Schenker im März und April wieder leichte Steigerungen bei den Transporten von und nach Großbritannien. Aktuell rechnet das Logistikunternehmen mit einer schrittweisen Verbesserung der Situation, allerdings dürfte es lange dauern, bis sie sich auf dem Niveau wie zu EU-Zeiten einpendeln wird.

Für die Fürther **Uvex Winter Holding GmbH & Co. KG** spielt Großbritannien als Beschaffungsmarkt eine eher geringe Rolle. Umgekehrt ist der britische Markt für den Teilkonzern Safety Group (Arbeits-

schutz) als größter europäischer Einzelmarkt sehr wichtig. Deshalb ist die Safety Group dort auch mit einer eigenen Tochtergesellschaft vertreten. Für die Sports Group (Sportartikel) von Uvex rangiert Großbritannien unter den Top 10 weltweit und soll weiter erschlossen werden. Die Exportumsätze der Safety Group legten 2020 in UK trotz Brexit und Corona-Krise zu. Allerdings ist darin ein Sondereffekt erhalten, weil Uvex vor dem Brexit vorgesorgt und die Lager vor Ort aufgestockt hatte. Entsprechend sind die Exportumsätze im ersten Quartal 2021 stark gesunken, da nun die Lagerbestände sukzessive wieder abgebaut werden. Dank ihrer Internationalität und Sendungsstruktur mit größeren Liefereinheiten sieht sich Uvex mit den vorhandenen IT-Systemen und Prozessen für Exporte außerhalb der EU gut aufgestellt. Dennoch stiegen die internen und externen Aufwendungen und Kosten für die einzelne Lieferung nach UK erheblich an. Das Familienunternehmen schätzt den Anstieg des internen Verwaltungsaufwands auf durchschnittlich rund 30 Prozent.

Welche Auswirkung der Brexit im weiteren Jahresverlauf haben wird, kann man bei Uvex auch wegen der Corona-Krise heute kaum beurteilen. Der Absatz der englischen Tochtergesellschaft vor Ort ist in 2020 leicht gesunken. Uvex macht dafür aber überwiegend die Corona-Krise verantwortlich, die Verunsicherungen der Märkte durch den Brexit seien nur für einen geringeren Teil verantwortlich. Die Zulieferungen der Sports Group in den britischen Markt konnten leicht gesteigert werden, allerdings seien die Wachstumsziele nicht erreicht worden. Für den Bereich Arbeitsschutz wird bei Uvex keine schnelle Entspannung erwartet. Kurz- und mittelfristig rechnet man mit niedrigeren Umsätzen – auch weil auf bestimmte Produktgruppen, u.a. wenn sie nicht oder nur teilweise in der EU gefertigt werden, zusätzliche Zölle erhoben werden. Die damit verbundenen Preissteigerungen für die britischen Kunden würden vermutlich zu Umsatzrückgängen führen. Daher entwickelt Uvex Gegenmaßnahmen in der Wertschöpfungskette, um den aktuellen Brexit-Nachteil auszugleichen. (tt.)

 IHK, Tel. 0911 1335-1532
ariti.seth@nuernberg.ihk.de
www.ihk-nuernberg.de/brexit



SCHALLERIMMOBILIEN
Verkauf und Vermietung

Deutschherrnstraße 47 | 90429 Nürnberg
Telefon 0911 9943723 | Mobil 0172 8106802
info@schaller-immobilien.de

Wir kümmern uns
um Ihr Zuhause!

schaller-immobilien.de





STEUERLICHE FORSCHUNGSFÖRDERUNG

Antrag beim Finanzamt jetzt möglich



Foto: sanjeri/Gettyimages.de

■ Seit 1. April 2021 können forschende Unternehmen in Deutschland beim Finanzamt einen Antrag auf Forschungszulage stellen. Die Zulage können die Betriebe selbst über das Portal „mein Elster“ oder über den Steuerberater beantragen. Wer von der Forschungszulage profitieren möchte, muss zunächst eine Bescheinigung darüber vorlegen, dass ein förderfähiges Forschungsvorhaben im Sinne des Forschungszulagengesetzes durchgeführt wird. Diese Bescheinigung erhalten die Unternehmen bei der sogenannten „Bescheinigungsstelle Forschungszulage“ (www.bescheinigung-forschungszulage.de).

Forschende Unternehmen haben einen Anspruch auf eine Zulage in Höhe von 25 Prozent ihrer Lohnkosten für die Mitarbeiter, die mit dem jeweiligen Forschungsvorhaben betraut sind. Auch die Auftragsforschung wird gefördert – und zwar

mit 25 Prozent bezogen auf 60 Prozent der Auftragssumme. Gerade kleinere Unternehmen und solche ohne eigene Forschungsabteilung sollen dadurch einen Anreiz zum Einstieg in Forschung und Entwicklung (FuE) erhalten. Maximal können Kosten in Höhe von zwei Mio. Euro angegeben werden – mit einer maximalen Forschungszulage von 500 000 Euro jährlich. Für die Zeit vom 1. Juli 2020 bis zum 30. Juni 2026 beträgt die maximale Bemessungsgrundlage sogar vier Mio. Euro jährlich, wodurch ein Steuerbonus von bis zu einer Mio. Euro pro Jahr möglich ist. Die Forschungszulage wird nicht gesondert ausgezahlt, sondern mit der nächsten Einkommen- beziehungsweise Körperschaftsteuer verrechnet. Daher ist es hilfreich, den Antrag auf Forschungszulage möglichst zeitnah und idealerweise vor der Abgabe der Steuererklärung zu stellen. Ergibt die Steuerklärung einen Verlust, wird die Forschungszulage ausgezahlt. Das dürfte nicht zuletzt für forschungsin intensive Start-ups von Interesse sein.

Zwar müssen dem Finanzamt bei der Beantragung der Forschungszulage keine Belege beigelegt werden, es ist aber mit Blick auf mögliche Betriebsprüfungen sehr ratsam, aufgewendete Stunden für eingereichte FuE-Vorhaben zu dokumentieren. Für die Dokumentation der förderfähigen Personalkosten hat das Bundesministerium der Finanzen einen Muster-Stundenzettel sowie eine ausführliche FAQ-Liste veröffentlicht (www.bundesfinanzministerium.de / Suchbegriff „Forschungszulage“ eingeben).

➔ IHK, Tel. 0911 1335-1431
elfriede.eberl@nuernberg.ihk.de
www.bescheinigung-forschungszulage.de



mailworXs
BRIEFDIENSTLEISTUNGEN

BUNDESWEIT PORTO SPAREN:

 **0800 6605740**

Effektives Einsparungspotential bereits ab der ersten Sendung. Fordern Sie jetzt Ihr individuelles Angebot an. Anfragen lohnt sich!

TAGESPOST · INFOSENDUNGEN · WARENSENDUNGEN · PAKETE

mailworXs GmbH · Niederlassung Nürnberg für Nürnberg und Fürth · Saganer Str. 27 · 90475 Nürnberg · info@mailworxs.de

www.mailworxs.de



Abb.: anfraser - iStock



28

Virtuell verhandeln: So organisiert man Telefon- und Videokonferenzen.



38

Marketing im E-Sport: Welche Möglichkeiten bieten sich für Unternehmen?

Special

Marketing | Kommunikaton

IHK-AKADEMIE MITTELFRANKEN

Weiterbildung in Marketing und Kommunikation

■ Die IHK-Akademie Mittelfranken bietet verschiedene Weiterbildungsangebote mit dem Schwerpunkt „Marketing und Kommunikation“ in Teilzeit und Vollzeit an. Je nach Corona-Lage finden die Seminare und IHK-Lehrgänge online oder vor Ort statt. Eine Förderung über den Bayerischen Bildungsscheck ist teilweise möglich.

Social Media Marketing: Web-Seminar am Donnerstag, 10. Juni und Donnerstag, 17. Juni 2021 (www.ihk-akademie-mittelfranken.de/w/5301).

Social Media Manager (IHK): Zertifikatslehrgang von Montag, 2. August bis Samstag, 11. September 2021 (www.ihk-akademie-mittelfranken.de/w/6086).

Digitaler Innovations- und Produktmanager (IHK): Zertifikatslehrgang mit fünf thematischen Bausteinen von Freitag, 10. September bis Dienstag, 30. November 2021 (www.ihk-akademie-mittelfranken.de/w/5060).

Strategisches Online- und Social Media-Marketing: Seminar am Donnerstag, 28. Oktober 2021 von 8.30 bis 16.30 Uhr (www.ihk-akademie-mittelfranken.de/w/1087).

➔ IHK-Akademie Mittelfranken
Kunden-Service
Tel. 0911 1335 2335
ihk-akademie@nuernberg.ihk.de
www.ihk-akademie-mittelfranken.de



Foto: spukator/Gettyimages.de



Ihr kompetenter Partner in Sachen Datenschutz!



Webseiten-Check

Ihr Web steht im Rampenlicht. DSGVO-Fehler jedoch auch. Unser Webseiten-Check gibt Ihnen eine Handlungsempfehlung zur Optimierung Ihrer Homepage.



Datenschutz-Check

Halten Ihre DSGVO-Maßnahmen einer behördlichen Prüfung Stand? Gehen Sie auf Nummer sicher und nutzen jetzt unseren Datenschutz-Check.



Datenschutz-Beratung und -umsetzung

Wir helfen Ihnen erfolgreich durch den Datenschutz-Dschungel, um Ihr Unternehmen hier rechtssicher aufzustellen.

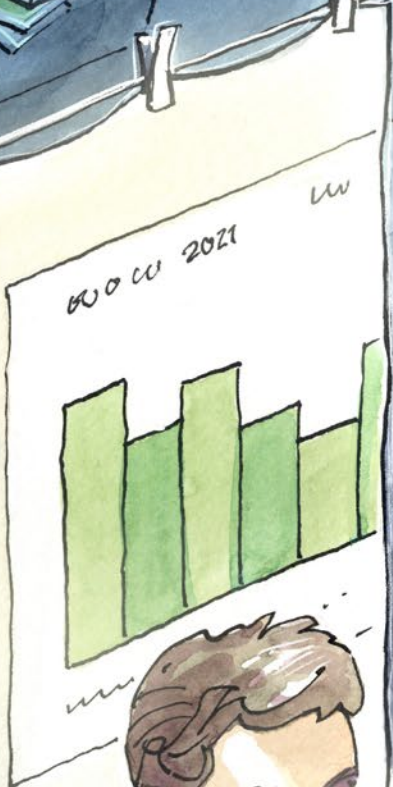
www.datenschutz-prinz.de



DATENSCHUTZ
PRINZ

Datenschutz PRINZ Ein Service der Prinz Service & Entwicklung GmbH

Telefon: 091 22 / 6 93 73 02, E-Mail: info@datenschutz-prinz.de



- Bilanz 19
- Bilanz 20
- Projekte
- Proj. 2
- Berichte 1-19
- Berichte 2-19
- Berichte 1X
- Berichte XI
- Lizenzen
- Lizenzen
- Planung I
- Planung II
- Steuern 19
- Steuern 20
- Anträge
- Anträge
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8

XXL printSHOP

VERHANDELN IN CORONA-ZEITEN

Wie kommt man zusammen?

Telefon- oder Videokonferenz statt persönlichem Treffen:

Praxis-Tipps für „virtuelle“ Verhandlungen.

Von Dr. Alexander Hoepfel; Illustration: Anton Atzenhofer

Viele der Gespräche und Verhandlungen, die aktuell online stattfinden, werden wohl auch nach dem Ende der Corona-Pandemie so geführt werden. Viele denken bei Verhandlungen nur an Preis- oder Vertragsverhandlungen. Tatsächlich verhandeln wir aber in viel mehr Situationen – bei der Anbahnung von Geschäften, im Service, bei der Planung von Projekten, innerhalb von Unternehmen und Teams und so weiter. Für all diese Situationen hat die Entwicklung hin zu mehr Video-Verhandlungen auch positive Seiten: Denn im Vergleich zu Verhandlungen, die früher „nur“ per Telefon geführt wurden, erhält man mehr Informationen über sein Gegenüber.

Unterschied zu Präsenzverhandlungen

Was ist bei Verhandlungen per Video-Chat oder Telefon anders, als wenn die Verhandlungspartner persönlich am Tisch sitzen? Diese Frage sollten sich Unternehmen stellen, wenn sie sich überlegen, ob sie diese Instrumente auch nach Corona nutzen wollen. Entscheidend für Kommunikation ist immer, wie viele Informationen übertragen werden. Beim Verhandeln per Mail sinkt das Vertrauen, es wird nachweislich häufiger gedroht, Emotionen werden schwerer erkannt und das Eskalationspotenzial steigt. Eine Verhandlung per Telefon ist da sicher schon gehaltvoller, aber per Video bekommt man natürlich noch mehr Informationen von seinem Gegenüber (z. B. Körperhaltung und Körpersprache). Allerdings fehlen bei der Video-Kommunikation auch viele Signale im Vergleich zu einem persönlichen Gespräch. Man erhält also nur ein eingeschränktes Bild seines Verhandlungspartners. Zudem ist zu bedenken, dass selbst minimale Verzögerungen in der Übertragung den Gesprächsfluss beeinflussen können. Das führt dann zu den typischen Wortwechseln, die jeder aus Online-Meetings kennt: „Kannst du uns hören?“ „Wir können dich hören, sehen dich aber nicht.“ Das fühlt sich manchmal ein bisschen an wie eine moderne Séance.

Wenn es also darum geht, in Verhandlungen gemeinsame Perspektiven zu entwickeln, kooperativ

zu verhandeln und Potenziale zu erarbeiten, ist die techniklose Verhandlung mit persönlicher Anwesenheit oder mindestens die Verhandlung per Video empfehlenswert. Je informationsärmer die Kommunikation ist, desto wahrscheinlicher ist ein Verhalten, das man als Basarverhandeln bezeichnet, also die klassische Verteilungsverhandlung.

Technik muss funktionieren

Die Bedeutung einer funktionierenden Technik für erfolgreiche Verhandlungen ist nicht zu unterschätzen. Empfehlenswert sind kabellose Headsets mit aktiver Geräuschunterdrückung und eine externe Kamera mit USB-Anschluss. Der Vorteil externer Kameras ist, dass sie direkt vor den Monitor gestellt werden können. Das ist zunächst ungewohnt, weil ein Teil des Bildes verdeckt wird, aber so ist eine Annäherung an den direkten Augenkontakt einfacher. Ansonsten sind Kameras meist oberhalb des Monitors angebracht, was dazu führt, dass der Blick immer am anderen vorbeigeht.

Allerdings muss auch der direkte Augenkontakt zur Zielsetzung passen. In der Forschung hat man beispielsweise Unterschiede zwischen Frauen und Männern festgestellt. Frauen hilft der Augenkontakt, um ein gemeinsames Verständnis aufzubauen und in der Folge kooperativ zu verhandeln. Wenn aber zwei sich fremde Männer verhandeln, führt der direkte Augenkontakt eher zu einem kompetitiven Verhalten und schlechteren Verhandlungsergebnissen.

Einen Effekt hat auch der Winkel: Wer eher von unten gefilmt wird, wirkt größer, wer von oben gefilmt wird, kleiner. In Experimenten hat sich gezeigt, dass die Kooperationsbereitschaft sinkt, wenn auf das Gegenüber hinabgeblickt wird.

Eine Sache hilft aber immer: den anderen gut verstehen zu können. Deshalb die Empfehlung, kabellose Headsets mit aktiver Geräuschunterdrückung zu verwenden. In Büros mit mehreren Kollegen sollte das zur professionellen Ausrüstung gehören. Zum einen werden so Störgeräusche minimiert

und zum anderen werden virtuelle Gesprächssituationen mit Kopfhörern als realistischer erlebt.

Die größte Herausforderung bei virtuellen Verhandlungen ist der Aufbau gegenseitigen Vertrauens, wenn sich die Gesprächspartner bislang noch nie persönlich getroffen haben. In Studien konnte nachgewiesen werden, dass in einer Präsenzverhandlung leichter Vertrauen aufgebaut wird als in einer Verhandlung über virtuelle Kanäle. Allerdings dürfte es recht selten sein, dass bereits in der allerersten Sitzung die Verhandlung zu einem Abschluss kommt. Daher ist es am besten, über mehrere Sitzungen einen persönlichen Draht zum Gegenüber aufzubauen.

In vielen Calls wählen sich Teilnehmer zwar per Video ein, lassen die Kamera aber ausgeschaltet. Das ist eine versäumte Chance. Es sollten in der Regel auch keine voreingestellten Hintergrundbilder genutzt werden, weil das die Gesprächssituation unpersönlicher macht. Man fragt sich dann immer, wo der andere gerade wirklich ist. Natürlich sollte der Hintergrund auch nicht zu sehr ablenken. In Zeiten von Homeoffice ist es aber völlig in Ordnung, wenn der Hintergrund nicht immer ein klinisch sauberes Büro ist. Er sollte jedoch auch nicht zu unruhig sein. Ein unaufgeäumtes Bücherregal ist sicher nicht der ideale Hintergrund.

Wie bei der persönlichen Verhandlung ist es ratsam, nicht immer direkt mit dem eigentlichen Thema, sondern lieber mit etwas Small-Talk zu starten. Die Gegenseite sollte Gelegenheit haben, etwas über sich zu erzählen. Dabei kann auch auf die besondere Situation Bezug genommen werden. Vielleicht so: „Ich freue mich, dass wir heute miteinander sprechen können und ich freue mich darauf, Ihnen bald auch persönlich die Hand geben zu können.“

Wann sind persönliche Treffen nötig?

Alle Verhandlungen, deren Zielsetzung der Aufbau einer langfristigen verlässlichen Partnerschaft ist, sollten auch künftig in Präsenz durchgeführt werden. Gerade bei der Aufnahme von Geschäftsbeziehungen ist es von großer Bedeutung, sich einmal tatsächlich in die Augen gesehen zu haben. Das gilt in gleichem Maße, wenn Konflikte eine bereits existierende Geschäftsbeziehung belasten. Hilfreich ist es auch, sich die Frage zu stellen, wie ein Scheitern der Verhandlung zu bewerten wäre. Wenn man feststellt, dass die Alternativen sehr schlecht wären, lohnt es sich, doch eine Präsenzverhandlung zu vereinbaren – und zwar unabhängig von Corona. In der Beratungspraxis gibt es Fälle, bei denen Zeit und Geld für unnütze Verhandlungen verschwendet werden, als auch Fälle, in denen eine Seite unter Zugzwang gerät, weil sie

einen Flug erreichen will und deshalb in letzter Sekunde fünfstelligen Konzessionen macht. Dann sollte man lieber in ein Flex-Ticket investieren.

Drei Faktoren sind aber immer entscheidend bei Verhandlungen – unabhängig davon, ob diese „real“ oder virtuell durchgeführt werden: das richtige Verhandeln lernen, sich gut vorbereiten und sich auf die Verhandlungspartner einstellen.

Zum ersten Punkt: Viele meinen, man lerne Verhandeln aus Erfahrung. Aber nur, weil jemand etwas 100 Mal gemacht hat, heißt es nicht, dass er es auch richtig gemacht hat. „Man kann eine Sache auch 20 Jahre lang falsch machen“, sagte Kurt Tucholsky einmal treffend. Es geht darum, das Handwerk des Verhandeln zu lernen. Die erste Voraussetzung ist eine objektive Rückmeldung dazu, wie gut man eigentlich verhandelt. Denn hier unterscheidet sich das Verhandeln z. B. vom Verkaufen. Ob jemand gut verkauft hat, zeigt der Abschluss. Ob jemand gut verhandelt hat, lässt sich nur sagen, falls der Verhandlungspartner nach der Verhandlung verrät, wie viel drin gewesen wäre. Das macht in der Regel niemand. Das erfährt man aber z. B. durch Verhandlungssimulationen, wie sie in Trainings durchgeführt werden.

Punkt zwei: Gute Vorbereitung sollte beim Verhandeln immer heißen, dass man sich schriftlich vorbereitet: Was sind die eigenen Interessen und die der Gegenseite? Diese Fragen sollten nicht eben mal kurz vor der Verhandlung geklärt werden. Bei wichtigen Verhandlungen arbeiten wir mit sogenannten Verhandlungslandkarten, die keine genaue Route vorgeben, sondern dabei helfen, sich im unbekanntem Terrain zu orientieren und sich für Überraschungen im Verlauf der Verhandlung zu wappnen. Denn Verhandlungen lassen sie sich nie von A bis Z planen, aber die „Landkarten“ helfen dabei, sich schon im Voraus auf unerwartete Wege einzustellen.

Der dritte Punkt gilt ebenfalls in Präsenz wie auch online oder telefonisch: Es geht darum, den „Suchscheinwerfer“ auf den anderen auszurichten. „Was ist sie oder er für eine Person?“, „Was bewegt sie oder ihn?“ usw. In Verhandlungen erkennt man die Profis daran, dass sie weniger reden als das Gegenüber und viele Fragen stellen.

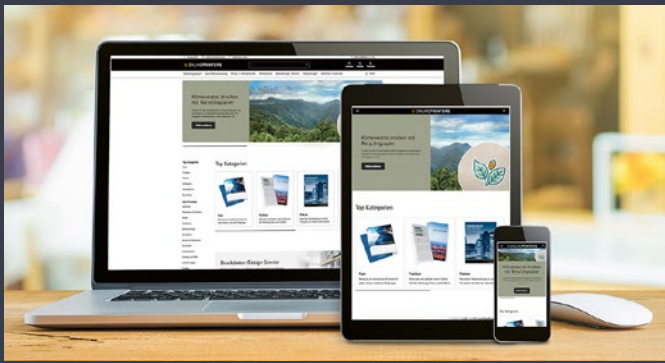
Dr. Alexander Hoeppele ist in Nürnberg ansässiger Verhandlungstrainer und Unternehmer. Als Head of Training der nachnordosten GmbH unterstützt er Unternehmen und Einzelpersonen bei der Verbesserung ihrer Verhandlungsperformance. Zudem ist er Lehrbeauftragter für professionelles Verhandeln an der Universität Erlangen-Nürnberg und der Rheinischen Fachhochschule Köln (info@nachnordosten.de, www.nachnordosten.de).



ONLINEPRINTERS GMBH

Der Onlinedruck revolutioniert die Druckbranche

Die Printbranche wurde in den letzten Jahren durch ein neues Geschäftsmodell revolutioniert, den Onlinedruck. Heute werden Drucksachen immer häufiger über das Internet bestellt. Drucksachen online zu bestellen bringt den Kunden viele Vorteile: transparente und attraktive Preise, die Möglichkeit rund um die Uhr zu bestellen und das alles in Kombination mit hoher Qualität.



Über den Webshop von ONLINEPRINTERS können rund um die Uhr Druckprodukte aus einem Sortiment von über 5.000 Artikeln bestellt und individualisiert werden.

Ein neues Geschäftsmodell hat die Printbranche auf den Kopf gestellt: der Onlinedruck. Immer mehr Marketing- und Werbeverantwortliche in Unternehmen und Agenturen bestellen ihre Drucksachen online. Sie profitieren von transparenten und attraktiven Preisen selbst bei kleinen Auflagen und haben die Möglichkeit rund um die Uhr zu bestellen. „Vielleicht kennen das manche noch: Wer früher ein Druckangebot einholen wollte, musste Geduld mitbringen. Das ist dank Onlinedruck alles viel einfacher geworden.



Unsere Kunden gehen in unseren Shop, konfigurieren mit wenigen Klicks das gewünschte Produkt, wählen die Lieferoption aus und sofort wird ihnen der Preis angezeigt“, erklärt Roland Keppler, CEO von ONLINEPRINTERS. Die Onlinedruckerei beliefert heute mehr als eine Million Kunden in ganz Europa. Entwickelt hat sich ONLINEPRINTERS ursprünglich 2004 aus einer traditionellen Druckerei. Dem hohen Anspruch an Qualität ist das Unternehmen immer verpflichtet geblieben und setzt dabei auf die Verzahnung von

E-Commerce-typischem Servicelevel mit hoch industrialisierten Fertigungsprozessen.

KOSTENEFFIZIENZ, DIE DIE UMWELT SCHONT

Der Onlinedruck schont dank optimierter Fertigungsprozesse die Umwelt. Im Sammeldruckverfahren werden gleichartige Aufträge mehrerer Kunden, die über das Internet bestellt wurden, auf einem Bogen Papier angeordnet und gemeinsam gedruckt. Bei diesem Herstellungsprinzip teilen sich also mehrere Kunden die Kosten etwa für Druckplatten und Papier. Das spart Zeit und Ressourcen



und ist damit auch für die Umwelt vorteilhaft. Kunden müssen dabei auf nichts verzichten, auch nicht bei der Auswahl. Im Webshop von ONLINEPRINTERS sind über 5.000 bestellbar, darunter Flyer, Broschüren, Kalender, Rollups, Messestände, Werbeartikel und Verpackungen.

HOCHWERTIGE HAPTİK STATT DIGITALER REIZÜBERFLUTUNG

Druckprodukte lösen positive Emotionen beim Betrachter aus und erhöhen die Kaufmotivation. Dies bestätigen Studien immer wieder. Verstärkt wird dieser Effekt durch Veredelungen. Das ergab die Metaanalyse zur Werbewirkung von Print, eine Studie des Verbands Druck & Medien Bayern e.V. Praktisch jedes Unternehmen nutzt nach wie vor Drucksachen. Allerdings bestellen Kunden häufiger nach, dafür in kleineren Auflagen. Das ist ein Effekt, den die Digitalisierung auf den Printbereich hat: Printsachen müssen genauso aktuell sein wie Angaben auf Internetseiten und die Drucksachen sollen möglichst ebenso schnell verfügbar sein wie alles andere, was man im Web einkaufen kann. Das hat dazu geführt, dass die Druckindustrie einen starken Wandel durchlebt, den vor allem Onlinedruckereien wie ONLINEPRINTERS mitgestalten.

EMPLOYER BRANDING

Hier arbeitet man gern

Fachkräfte sind oft schwer zu finden, Unternehmen müssen für sich werben. Wie baut man eine Arbeitgebermarke auf?

Von Daniel Köhler und Anika Gruner



Gerade während der Pandemie gehen immer mehr Unternehmen in die Offensive und investieren in ihre Arbeitgebermarke – die sogenannte „Employer Brand“. Dieser Trend setzt sich ungeachtet des starken Rückgangs an offenen Stellen fort. Denn beim Employer Branding geht es darum, den „Arbeitgeber-Marken Kern“ einer Firma zu finden und zu positionieren. Folgende Fragen sind zentral: Wer sind wir? Wie ticken wir? Was macht uns besonders? Wo wollen wir hin und haben wir die richtigen Mitarbeiter dafür? Das Ziel von Employer Branding ist, sowohl die bestehenden Beschäftigten langfristig zu binden als auch mehr passende Bewerber für aktuelle Vakanz an anzusprechen. Hier gilt Qualität vor Quantität: nicht mehr Bewerber, sondern mehr passende Bewerber.

Employer Branding wird oft als Personal-Marketing oder generelle Marketing-Maßnahme missverstanden, dabei ist es ein ganzheitlicher, strategischer und langfristig angelegter Prozess, der einer emotionalen Selbstfindung des Unternehmens gleichkommt. Bei der Arbeitgebermarke geht es um nichts Geringeres als die emotionale Ansprache von Menschen. Sie verbringen mehr Zeit im Unternehmen als mit den Ehepartnern oder mit Freunden. Dieses Bewusstsein ist wichtig, um die Dringlichkeit solcher Prozesse zu

verstehen: Man kann mit einer guten Marketing-Kampagne jemanden dazu bringen, eine Waschmaschine zu kaufen. Um einen potenziellen Mitarbeiter davon zu überzeugen, mit Kind und Kegel für einen Job in den ländlichen Raum zu ziehen, braucht es aber mehr als eine Kampagne.

Ein integrierter, professioneller Employer-Branding-Prozess bietet Mehrwert. Er hat zum Ziel, dass sich jeder Beschäftigte voll und ganz mit der Strategie einer Firma identifizieren kann und potenzielle neue Mitarbeiter emotional angesprochen werden. Bisher haben vor allem Firmen mit einem guten Marken- und Produktimage von solchen positiven Effekten profitiert. Wie aber kann ein mittelständischer Unternehmer in diesem Markt mitspielen? Mit der richtigen Positionierung geht das: Employer Branding hängt nämlich nicht von der Attraktivität der Produkte oder Dienstleistungen des Unternehmens ab, sondern ist eine Sache der Menschen, die für sie eintreten.

Was Unternehmen tun können

Ein Employer-Branding-Prozess muss sich durch die gesamte Belegschaft ziehen. Es bringt nichts, wenn die Geschäftsleitung einige großartige Slogans entwickelt, die auf den unteren Unternehmensetagen belächelt werden. Eine sogenannte „Employer Value Proposition“ (EVP) ist der erste Schritt eines Employer-Branding-Prozesses und spiegelt die Attraktivität eines Arbeitgebers für potenzielle Mitarbeiter wider. Sie ist das Ergebnis der eigenen Identitätssuche und muss von unten nach oben und von innen nach außen wirken. Employer Branding muss gelebt werden, sonst verliert man neue Beschäftigte noch innerhalb der Probezeit und schafft es nicht, langjährige Mitarbeiter zu halten.

Ein Beispiel: Die Personalabteilung stellt einen Kickertisch auf, um ein attraktives Arbeitsumfeld zu schaffen. Der Tisch ist dem Chef aber eigentlich ein Dorn im Auge, da er auf eine strikte Zeiterfassung sehr viel Wert legt. Seine Mitarbeiter sollen lieber arbeiten, anstatt – wie er meint – die Zeit zu vertrödeln. Wird nun ein Mitarbeiter eingestellt, der sich schon über den Kickertisch gefreut hat, wird

Foto: skynesher/Gettyimages.de

er schnell den Eindruck haben, dass das nur ein Täuschungsmanöver für Bewerber war und die Firmenkultur in Wirklichkeit eine völlig andere ist. Der Bewerber wird die Firma schnell wieder verlassen.

Die Mitarbeiterzufriedenheit und der sogenannte „Cultural fit“ (Wer passt zu uns?) tragen maßgeblich zu einer höheren Produktivität bei. Der „Cultural fit“ stellt die Passgenauigkeit zwischen Arbeitgeber und Beschäftigten bezüglich Handlungsweisen und Wertvorstellungen dar. Je besser die Belegschaft in die Firmenkultur passt, desto produktiver, zufriedener und leistungsbereiter ist sie. Mit Employer Branding lässt sich der „Cultural fit“ bestimmen.

Der Employer-Branding-Prozess

Ein Employer-Branding-Prozess sollte langfristig ausgerichtet sein. Im ersten Schritt werden die kulturellen und werteorientierten Eigenschaften eines Unternehmens ermittelt und greifbar gemacht. Dafür gibt es unterschiedliche Ansätze: Die derzeit gängigste Möglichkeit ist, dass Employer-Brand-Experten mithilfe von zielgerichteten Fragetechniken die Meinungen und Sichtweisen der Belegschaft zur Kultur des Unternehmens aufspüren. Aus den daraus gewonnenen Aussagen der Mitarbeiter und der Zielvorstellung der Geschäftsführung werden anschließend bis zu drei Profilthemen für das Unternehmen abgeleitet. Diese individuellen Profilthemen in Form von markanten und emotionalen Aussagen stellen die Employer Value Proposition (EVP) dar. Sie ist die Basis für alle nachfolgenden internen und externen Employer-Branding-Maßnahmen.

Die Employer-Branding-Maßnahmen

Jede Employer-Brand-Kommunikation sollte zuerst nach innen und dann nach außen stattfinden.

Interne Maßnahmen können zunächst klassische Personalmarketing-Maßnahmen sein (z. B. Anpassung der Arbeitsplatzgestaltung an die neue EVP, Neugestaltung des Einarbeitungsprozesses für neue Mitarbeiter etc.). Es können aber auch spezifische Maßnahmen zur internen Kommunikation der EVP durchgeführt werden. Ein Beispiel: Die EVP eines Unternehmens lautet: „Wir sind schneller als die Polizei erlaubt und schnell gelangweilt, wenn die Action fehlt.“ Eine mögliche Maßnahme könnte sein, die ganze Firma einen Abend auf die Kartbahn zu schicken und die dort entstandenen Fotos im Team-Raum auszustellen. Das Ergebnis: Die Identifikation mit dem Unternehmen steigt durch eine einzige, zielgerichtete Aktion, die zur EVP passt.

Externe Maßnahmen sind dazu da, die zentralen Aussagen der Unternehmensmarke nach außen

zu tragen. In den meisten Fällen beginnt die Außenkommunikation mit der Neugestaltung des Karriereportals und der Stellenanzeigen. Hinzu kommen weitere individuelle zielgerichtete Kampagnen zur besseren Ansprache der Fachkräfte. Ein Beispiel: Das eben genannte Unternehmen beauftragt eine Werbeagentur damit, ein neues Karriereportal zu programmieren und die Schnappschüsse des Action-Abends gekonnt in Szene zu setzen. Das Ergebnis: Interessenten haben ein einmaliges Nutzererlebnis auf dem Karriereportal und lernen die Employer Value Proposition des Unternehmens schon zu Beginn des Bewerbungsprozesses kennen.

Effekte des Employer Brandings

Employer Branding kann viel mehr, als neue Fachkräfte anwerben. Das Potenzial dieses Strategie-modells ist sehr groß, denn es ist die derzeit erfolgversprechendste Methode, um verschiedene Effekte auf einmal zu erzielen. Es vermag den Krankenstand zu senken, die Bindungs- und Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter zu erhöhen, die Rekrutierung zu unterstützen sowie die Fluktuation und das Risiko von Fehlbesetzungen zu minimieren. Unternehmen, die Employer Branding leben, können sich außerdem für öffentlichkeitswirksame Wettbewerbe bewerben und sich für die Auszeichnung „Deutschlands beste Arbeitgeber“ empfehlen. So können sich insbesondere kleine und mittlere Unternehmen langfristig für den „Kampf um die Talente“ rüsten.

Daniel Köhler ist Geschäftsführer und Anika Gruner Projekt- und Employer Brand Managerin bei der Werbeagentur Besonders Sein GmbH in Nürnberg (www.besonders-sein.de).



Foto: jttawit21/Gettyimages.de

Tipps für das Employer Branding

- ▶ Kopieren Sie nicht den Wettbewerb: Jede Firma hat ihre individuellen Besonderheiten.
- ▶ Fangen Sie den Prozess unbedingt mit der Findung Ihrer Arbeitgebermarke an und machen Sie sich erst danach an die konkreten Maßnahmen des Personal-Marketings (z. B. Stellenanzeigen überarbeiten).
- ▶ Ziehen Sie einen externen Experten hinzu, der einen frischen und unverstellten Blick auf Ihre Firma hat und Ihnen dabei hilft, den Prozess erfolgreich zu gestalten.
- ▶ Zeigen Sie sich während des Prozesses offen für „unangenehme Wahrheiten“ – diese bringen den Prozess besonders gut voran.
- ▶ Richten Sie den Prozess langfristig aus, also mindestens über einen Zeitraum von drei bis fünf Jahren.
- ▶ Seien Sie ehrlich zu sich selbst, verlieren Sie dabei aber nicht ihre Visionen für die Zukunft.
- ▶ Schaffen Sie interne Ressourcen: Auch mit externen Beratern müssen Kapazitäten in den Bereichen Personal und Marketing für den Prozess zur Verfügung stehen.
- ▶ Sichern Sie sich geeignete Fördermöglichkeiten wie den Go-Digital-Förderbonus des Bundes.

CONTENT-MARKETING

Mit Inhalten punkten

Erfolgreiche Kundenansprache in Corona-Zeiten: Wie man mit fundierten Informationen Kontakte aufbaut.

Von Veit Kolléra

Keine Messen, keine Tagungen, keine Kundenveranstaltungen: Die Corona-Pandemie legt die Veranstaltungsbranche lahm und macht es damit nahezu unmöglich, auf diesen klassischen Wegen bestehende Kunden zu treffen und mögliche neue Kunden kennenzulernen. Laut dem Statistik-Portal Statista wurden in Deutschland bis vor der Pandemie im Jahr 2019 rund 2,9 Mio. Veranstaltungen mit insgesamt 423 Mio. Teilnehmern verzeichnet – davon 160 Messen mit knapp zehn Mio. Besuchern. Kein Wunder also, dass Live-Veranstaltungen zu den wichtigsten Instrumenten der Kommunikation im Business-to-Business-Bereich (B2B) zählen und deren Fehlen derzeit schmerzlich vermisst wird.

Doch wie kommt man in Zeiten ohne Veranstaltungen zu Kundenkontakten (Leads)? Marketing und Vertrieb sind also stark gefordert, die anhaltende Event-Flaute und die damit verbundenen Lead-Einbußen auszugleichen, indem sie vor allem (neue) digitale Akquisitionsmöglichkeiten im Verkaufsprozess entwickeln. Für sie bietet dabei die Disziplin „Content-Marketing“ die Chance, die Entscheider bei den Unternehmenskunden entlang ihres Entscheidungsweges (sogenannte „B2B Buyer's Journey“) zu erreichen.

Antworten auf konkrete Fragen bieten

Content-Marketing ist natürlich keine Erfindung der Corona-Zeit, sondern hat sich insbesondere beim sogenannten Inbound-Marketing längst bewährt. Damit werden Aktivitäten zusammengefasst, die darauf abzielen, dass (potenzielle) Kunden interessante Firmeninformationen von selbst finden und/oder aktiv auf das Unternehmen zukommen.

Der einfache Zugang zu nützlichen Informationen und die vielen Vergleichsmöglichkeiten im Internet veranlassen nicht nur Endverbraucher, sondern auch die Entscheider bei den Unternehmenskunden zunehmend zur Eigenrecherche. Deshalb haben sie ihren Entscheidungsprozess oft schon zu großen Teilen abgeschlossen, wenn sie einen Anbieter kontaktieren. Rund 80 Prozent der Entscheider im B2B-Bereich geben an, dass der Content

von Anbietern einen erheblichen Einfluss auf ihre Kaufentscheidung hat (laut „B2B Buyers Survey Report 2019“). Und genau hier setzt das Content-Marketing an: Unternehmen, die mit fundierten und hilfreichen Inhalten punkten können, werden den (potenziellen) Kunden bei ihrer Recherche positiv auffallen und haben damit einen Vorsprung im Wettbewerb. Die Kunst ist dabei, die Informationsbedürfnisse der Entscheider zu kennen und ihnen entsprechende Inhalte mit hoher Relevanz zu bieten – und zwar jeweils an den passenden Berührungspunkten („Touch Points“).

Inhalte, die für den Kunden einen Mehrwert haben, müssen hinsichtlich dieser Aspekte optimal sein: inhaltliche Relevanz, fachliche Tiefe, sprachliche Verständlichkeit, Vertrauenswürdigkeit, ansprechende grafische Aufbereitung und Benutzerfreundlichkeit. Zudem sollte die Darstellung „neutral“, das heißt nicht werblich sein. Denn die Entscheider sind weniger empfänglich für klassische Produktwerbung, sondern suchen Lösungen für ihre Problemstellungen und Herausforderungen. Deshalb gilt: Wer mit vertiefenden Fachinformationen Antworten auf konkrete Fragen bieten kann, legt die Grundlage dafür, dass er Entscheider erfolgreich anspricht.

Es geht darum, die Entscheider auf den einzelnen Etappen ihrer Kundenreise („Buyer's Journey“) – von der Informationsbeschaffung bis zur Kaufentscheidung – auf sich aufmerksam zu machen. Die Content-Marketing-Strategie muss mögliche Berührungspunkte der Entscheider mit dem Unternehmen identifizieren und darauf aufbauend Instrumente (z. B. eigene Webseite, Themenseiten, Blogs, E-Books) und Inhalte (z. B. Fallstudien, Anwenderberichte, neutrale Fachinformationen wie Whitepapers, fachliche Posts auf Blogs, unabhängige Reports und Studien) entwickeln.

Entscheidend für den Erfolg des Content-Marketings ist das sogenannte Seeding: Darunter versteht man die optimale Verteilung der Inhalte und der genannten Instrumente an den richtigen Etappen der „Kundenreise“. In der ersten Phase geht es darum, die Aufmerksamkeit der In-



electronics camarc[®]

ecoCHARGER

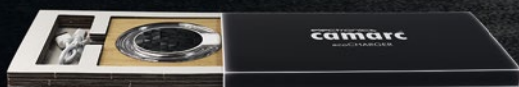
Designstark, ökologisch und fair: Hergestellt aus heimischer Eiche, einzigartige Verbindung mit Klick-System, flach verpackt im Geschenkkarton (portooptimiert). Made in Germany und 100% klimaneutral.

Zahlreiche Möglichkeiten zur Individualisierung:

- Holz nach Wunschfarbe 1-seitig lackierbar
- Holzgestell und Charger bedruckbar
- digital label 4c auf Charger
- Einlegeblatt 4c gestaltbar
- Schubler in 4c gestaltbar

Induktives, kabelloses Ladegerät

€ 9,95



teressenten oder Kunden zu erregen und wahrnehmbar zu sein. Dies kann beispielsweise durch Blog-Beiträge, ergänzende Video-Inhalte oder Info-Grafiken geschehen. Wenn der Entscheider schon einen Schritt weiter ist und seine Informationen vertiefen will, können z. B. Whitepaper, Praxisberichte und Studien als wichtige Grundlagen für die Problemlösung angeboten werden. In der Entscheidungs- und noch später der Kundenbindungsphase gewinnen zum Beispiel Online-Webinare oder Rentabilitätsrechnungen, die die Kaufentscheidung begründen und bestätigen können, an Bedeutung.

Bei der zielgenauen Streuung von Inhalten kommt es auf drei wichtige Faktoren an: Inhalte im richtigen Kontext platzieren bzw. auffindbar machen. Content dort verfügbar machen, wo sich Entscheider informieren. Attraktive weiterführende Inhalte anbieten, die eine Aktion auslösen („Call-to-Action“).

Folgende Maßnahmen des Content-Marketings können bei der Generierung von Kundenkontakten erfolgreich sein:

- ▶ **Ausbau der eigenen Media-Welten** mit einem Blog als zentrale Anlaufstelle, Themenseiten zur Vertiefung von Inhalten und speziellen Informationsseiten auf der Homepage. Diese sollten „Call-to-Action“-Elemente zur Kontaktaufnahme enthalten (z. B. Broschüren und andere Hintergrundinformationen zum Herunterladen anbieten).
- ▶ **Bezahlformate bei Fachmedien:** Mit der bezahlten Platzierung sogenannter Advertorials (z. B. Fachartikel oder Anwenderberichte) werden Entscheider in einem sehr glaubwürdigen Umfeld und im passenden Kontext erreicht. Mit Hilfe vertiefender Content-Angebote können diese auf weiterführende Informationen aufmerksam gemacht und zur Recherche auf die Anbieter-Website geführt werden.

▶ **Medienkooperationen** wie spezifische Themenseiten oder gesponserte Whitepaper können vom Medienpartner (z. B. einem Fachverlag) intensiv beworben werden. Die auf der Medienplattform des Partners gewonnenen Kundenkontakte werden an das werbetreibende Unternehmen weitergegeben.

▶ **Social-Media-Kampagnen** können dazu dienen, Interessenten auf weiterführende Zielseiten (Landing Pages) in der eigenen Media-Welt zu verlinken. Bezahlte Posts sorgen dabei dafür, dass hochwertige Inhalte auch die gewünschte Reichweite bei den Zielgruppen erzielen.

▶ **Marketing über Business-Netzwerke:** Business-Netzwerke wie LinkedIn eignen sich gut für die gezielte Kundenansprache, um Inhalte im Zuge einer exakt gesteuerten Kampagne an die richtigen B2B-Entscheider auszuspielen. So bietet LinkedIn beispielsweise die Möglichkeit, sowohl Kontakte auf Zielseiten (Landing Pages) zu führen als auch Leads innerhalb von LinkedIn selbst zu generieren.

Das Content-Marketing bietet in Zeiten fehlender Live-Veranstaltungen also vielversprechende Möglichkeiten, um Kundenkontakte zu generieren. Um erfolgreich zu sein, ist die enge Zusammenarbeit von Vertrieb und Marketing notwendig, damit hoch relevante Inhalte entstehen, die überhaupt das Potenzial für Leads haben. Wichtig sind dabei Inhalte, die aufeinander aufbauen und B2B-Entscheider in unterschiedlichen Phasen ihres Entscheidungsprozesses unterstützen. Auf diese Weise können Erstkontakte zu wertvollen vertriebsrelevanten Kontakten weiterentwickelt werden.

Veit Kolléra ist Account Director bei der Flutlicht GmbH – Agentur für Kommunikation in Nürnberg (v.kollera@flutlicht.biz, www.flutlicht.biz).



Nachrichtenversand in Mopsgeschwindigkeit!

SMS • WhatsApp • Voice • Fax

Spezialist für den automatisierten und zuverlässigen Versand Ihrer Nachrichten per API & Apps. Auch Nachrichteneingang mit eigener Rufnummer möglich.

Anwendungsbeispiele: Terminvergabe Impfzentren, Testergebnisse, Kundenkommunikation, Werbung, 2-Faktor, Alarmierung und vieles mehr.





ANZEIGE

MIT SELLWERK PRIME IN DIE DIGITALISIERUNG

MIT DIGITALER SICHTBARKEIT ZUM ERFOLG



Wie wichtig sind korrekte Firmendaten im Netz? Unterstützen echte Bewertungen nur das Image oder wird dadurch auch der Umsatz erhöht?

Im aktuellen Zeitalter der Digitalisierung stehen jedem Unternehmen neben den klassischen Marketinglösungen unzählige digitale Möglichkeiten zur Verfügung, um auf sich aufmerksam zu machen. Kaum ein erfolgsorientiertes Unternehmen kann es sich leisten, die digitalen Kanäle zu vernachlässigen – auch nicht die kleinen und mittelständischen Unternehmen.

Welche Chancen bietet digitales Marketing für mein Unternehmen? Welche Online-Portale und welche Strategie ist für welches Werbeziel besonders effizient? Was muss man hierbei beachten? Mit diesen und weiteren Fragen stehen Sie in der digitalen Welt nicht allein da.

Digitale Grundausrüstung

„Als Partner von Google und Social-Media-Portalen steht das Team von SELLWERK kleinen und mittelständischen

Unternehmern sowie den Mitgliedern der Verbände und der Handelskammer als lokaler Partner bei allen Fragen des Online-Marketings zur Seite.“



Tina Geitner-Lole, Head of Sales SELLWERK

So gehören die digitale Grundausrüstung mit aktuellen und gesicherten Unternehmensdaten auf allen relevanten Online-Portalen, die Vorgaben und Einstellungen einer professionellen Website, die Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEA) sowie das Kampagnen-Management mit Zielgruppenoptimierung auf Social-Media- und Video-Kanälen zu unseren Kernkompetenzen.

SELLWERK ist der gemeinsame Markenauftritt der Müller Medien-Familie mit bundesweit 19 Unternehmen. Über 70 Jahre Erfahrung in der Betreuung von Werbetreibenden bilden die Basis für umfangreiches Know-how und den Werbeerfolg unserer Kunden. Mit individuellen auf die Bedürfnisse abgestimmten Marketinglösungen schaffen wir nachweislich erfolgreiche Kundenkontakte für die Unternehmen vor Ort und helfen verkaufen. Als einer der wenigen und langjährigen Google Premier-Partner profitieren über 150.000 Kunden von unserer direkten Zusammenarbeit mit Google.

Wir beraten Sie unverbindlich und kostenlos. Nutzen Sie einfach unseren Kundenchat unter

www.sellwerk.de

Montag – Freitag: 08:00 – 18:00 Uhr
oder unsere kostenlose Servicenummer 0800 44 777 33.

Unsere Partner:



MARKETING-WISSEN FÜR UNTERNEHMEN!



Jetzt Whitepaper downloaden
hallo.sellwerk.de/onlineseminar
oder QR-Code scannen

100% kostenlos





MARKETING IM E-SPORT

Das zockt!

Der Gaming-Sektor bietet Unternehmen vielfältige Möglichkeiten, bei wichtigen Zielgruppen zu punkten.

Von Prof. Dr. Sebastian Serfas

LoL, CS:GO, Dota2: Wem diese kryptischen Kürzel nichts sagen, sollte sie kennenlernen – zumindest wenn man im Marketing tätig ist. Denn die Begriffe stammen aus dem E-Sport, einer Szene, die besonders in Deutschland rasant wächst. Sie bietet Unternehmen zahlreiche Marketing-Möglichkeiten sowie die Chance, bei wichtigen Zielgruppen zu punkten. Der Begriff E-Sport (von „elektronischer Sport“) bezeichnet professionell organisierte Wettkämpfe im Gaming-Bereich. Mehrere Spieler oder Teams messen sich in einem Videospiel auf Computer, Konsole oder mobilen Endgeräten. Die Wettbewerbe werden live über das Internet übertragen und oft – wie bei „klassischen“ Profisport-Übertragungen – von Kommentatoren begleitet und analysiert. Wichtige Turniere finden in großen Arenen oder Stadien vor Publikum statt und begeistern zehntausende Zuschauer vor Ort und Millionen vor dem Bildschirm.

Mehr als 200 Mio. Fans weltweit verfolgten im vergangenen Jahr regelmäßig E-Sport-Veranstaltungen, weitere 220 Mio. schauten die digitalen Wettkämpfe zumindest gelegentlich. Entgegen der landläufigen Vermutung sind E-Sport-Anhänger dabei keineswegs vor allem Kinder und Jugendliche. Vielmehr gehören rund die Hälfte der E-Sport-Begeisterten zur marketing-technisch sehr attraktiven Altersgruppe zwischen 20 und 35 Jahren, ein weiteres Viertel ist sogar zwischen 35 und 50 Jahre alt.

Die drei beliebtesten E-Sport-Titel sind „League of Legends“ (LoL), „Counter-Strike: Global Offensive“

(CS:GO) und „Dota 2“. Während „CS:GO“ ein klassischer Taktik-Shooter ist mit dem Ziel, das gegnerische Team auszuschalten, handelt es sich bei „LoL“ und „Dota 2“ um sogenannte MOBAs (Multiplayer Online Battle Arena), also action-orientierte Echtzeit-Strategie-Spiele mit dem Ziel, die gegnerische Basis zu erobern. Sport-Simulationen wie „Fifa“ (E-Fußball) sind dagegen im E-Sport weit abgeschlagen. In den drei genannten Top-Spielen treten jeweils zwei Teams aus je fünf Spielern gegeneinander an. Der Schlüssel zum Sieg liegt dabei nicht (nur) in der Beherrschung von Maus und Tastatur; vielmehr bedarf es einer guten Mischung aus Strategie, Taktik, spielerischen Fähigkeiten und vor allem Teamwork. Auch hierin liegt ein Grund für die Popularität dieser Spiele: Im Februar zählte allein das zum Amazon-Konzern gehörende Game-Streaming-Portal Twitch ca. 70 Mio. Live-Zuschauerstunden für professionelle E-Sport-Wettkämpfe dieser drei Titel.

In Deutschland hat sich der E-Sport-Umsatz in den letzten fünf Jahren vervierfacht und beträgt inzwischen mehr als 100 Mio. Euro; weltweit beläuft er sich auf über eine Mrd. Euro. Auch die Turnier-Preisgelder können sich sehen lassen: So betrug beispielsweise das Preisgeld bei der letzten Dota2-Weltmeisterschaft mehr als 34 Mio. US-Dollar. Wie im klassischen Profi-Sport findet E-Sport meist in Ligen statt, z. B. in der LEC (LoL European Championship), der höchsten in Europa. Diese werden professionell organisiert und vermarktet, häufig mit anschließenden Play-offs sowie ergänzenden internationalen Turnieren. Die großen E-Sport-

Foto: EvgenyShkolenko/Gettyimages.de

Organisationen wie G2 und Fnatic verfügen über zweistellige Millionenbudgets. Mehr als die Hälfte der Erträge stammten aus Sponsoring-Einnahmen; daneben spielen Einnahmen aus Übertragungsrechten, Streaming-Werbeinnahmen und der Merchandising-Verkauf (z. B. von Trikots) immer wichtigere Rollen für E-Sport-Teams.

Marketing im E-Sport

Die Marketing-Möglichkeiten im E-Sport sind sehr vielfältig und reichen von verschiedenen Sponsoring-Varianten über „klassische“ Werbeaktivitäten im Streaming-Umfeld bis zu In-Game-Werbung, also Werbung, die direkt im Spiel selbst erscheint. Das Sponsoring kann sich sowohl auf Partnerschaften mit einer Liga (z. B. LEC), einem Turnier oder einem E-Sport-Team beziehen, z. B. in Form von Werbung auf den Trikots oder Social-Media-Kanälen des Teams. Möglich, aber teilweise umstritten, ist die Integration des Firmen- oder Markennamens in den Team-Namen (z. B. E-wie-einfach-eSports bzw. Euro-nics Gaming in der Prime League). Auch Vereinbarungen mit einzelnen Spielern sind möglich, z. B. als Influencer oder Testimonial sowie für Werbung im Stream des Spielers. Im Sponsoring-Kontext spielen

oft auch Product Placements eine Rolle, z. B. geschickt platzierte Produkte bei Video-Interviews oder Live-Streams. Die Spieler können auch direkt vor bzw. nach dem Spiel werbewirksam zu einem bestimmten Artikel greifen.

Die Möglichkeiten für In-Game-Werbung sind vielfältig: Beispiele sind virtuelle Bandenwerbung, Werbeschriftzüge auf Hauswänden, reale Produkte im Spiel und Integration digitaler Items mit „Branding“ wie Emotes, Banner etc. Die Top-Titel sind hier jedoch teils etwas zurückhaltender. Eher klassische Werbeaktivitäten ohne Sponsoring oder Partnerschaften sind z. B. das Schalten von Video- oder Banner-Werbung vor bzw. während einer E-Sport-Begegnung bzw. -Aufzeichnung auf Plattformen wie Youtube, Twitch oder auf Webseiten mit E-Sport-Bezug.

Das Marketing in dieser Sparte eignet sich besonders, um Zielgruppen anzusprechen, die mit traditionellen Methoden kaum oder nur sehr schwer erreichbar sind. Die Vielzahl und Vielseitigkeit der Unternehmen, die sich bereits im E-Sport engagieren, zeigt die stetig wachsende Bedeutung. Hier finden sich u. a. Firmen aus den Bereichen IT, Technologie, Automobile, Sportartikel sowie Ge-

GELD VOM STAAT für Digitalmarketing!

Im Rahmen aktueller gesetzlicher Regelungen werden Digitalmaßnahmen gefördert. Sie gelten als erstattungsfähige Kosten bis zu einer Höhe von € 20.000,-.

Der Freistaat Bayern bietet zusätzliche Programme. Wir beraten Sie gerne.

Ein Erstgespräch ist kostenfrei und unverbindlich.

Karalis Kommunikation
WERBEAGENTUR

“ Erhalten Sie jetzt bis zu € 20.000,- Förderung für Ihre Digitalinvestition. ”

Zufriedenheitsgarantie.
Professionelle Umsetzung.
Alles aus einer Hand.

Für z.B. einen Online-Shop.
Wir beraten Sie.

tränke und Lebensmittel. Aber auch Unternehmen aus dem Bereich Finanzen und Versicherungen wie die Nürnberger Versicherung sind im E-Sport aktiv. Selbst der Deutsche Zoll mischt als Sponsoring-Partner der Prime League mit, um Nachwuchs zu gewinnen. Und auch heimische mittelständische Unternehmen wie der fränkische Gehörschutz- und In-Ear-Spezialist Hörluchs aus Hersbruck sind im E-Sport aktiv: Hörluchs unterstützt das Fifa-E-Sport-Team des 1. FC Nürnberg und das LoL-Prime-League-Team von Penta1860, dem E-Sport-Ableger des TSV 1860 München.

Erfolgsfaktoren im E-Sport-Marketing

Zu den Erfolgsfaktoren im E-Sport-Marketing zählen Glaubwürdigkeit, Authentizität und die Berücksichtigung der „Kultur“ der Szene. Deren Anhänger sind für das Marketing eine sehr attraktive Zielgruppe, die zugleich aber auch anspruchsvoll sein kann. Viele Szene-Fans wissen ein ehrliches Engagement zu schätzen, das mit langfristigem Interesse einhergeht, insbesondere wenn es ihnen einen echten Mehrwert bietet. Das kann sowohl direkt erfolgen (z. B. Vergabe von besonderen Outfits für die eigene Spielfigur, sogenannte „Skins“), als auch indirekt (z. B. exklusive Interviews mit den Spiele-Profis nach einem Live-Stream). Ein plumpes „Anbaggern“ oder Überfrachten mit Werbung sowie kurzfristige Werbe-Engagements, nur um auf den Hype auf- und wieder abzuspringen, sind dagegen nicht gerne gesehen.

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist Kreativität: E-Sport-Anhänger erwarten kreative Inhalte, Ansätze und Ideen. Ein gutes Beispiel ist die Kampagne eines Herstellers von Tiefkühlwaren: Ein bekannter Moderator interviewt beliebte E-Sportler in einer Wohn-

zimmer-Umgebung, während beide werbewirksam eine Pizza genießen und sich locker unterhalten. In einem anderen Fall spielt ein Süßwarenhersteller geschickt mit seinem Werbeslogan, indem dieser samt Logo bei technisch-bedingten Spielunterbrechungen in der LEC eingeblendet. Ein weiteres Beispiel ist ein Automobilkonzern, der nach jedem LEC-Spiel den „Player of the Game“ präsentiert, der von den Fans auf Twitter live gewählt wird. Der Deutsche Zoll hat einen Selbsttest entwickelt, mit dem Fans herausfinden können, welche Rolle im Spiel bzw. welcher Held am besten zu ihnen passt und der zugleich eine geeignete Zoll-Ausbildung empfiehlt.

Bevor ein mittelständisches Unternehmen im E-Sport-Marketing aktiv werden möchte, sollte es gründlich prüfen, ob das zur Firmenkultur passt und wie ein Engagement konkret aussehen könnte. Es stellt sich die Frage, was die Ziele des Engagements sein sollen und was man konkret damit erreichen möchte. Außerdem ist zu klären, welches Umfeld und welches Spiel zum Unternehmen bzw. zur betreffenden Marke passen, welche möglichen Schnittmengen es gibt und wie sich das Engagement beispielsweise auf die Social-Media-Strategie übertragen lässt. Nicht zuletzt sollte sich auch jemand aus dem Marketing-Team darum kümmern und sich intensiv in die Kultur und Szene einarbeiten. Ein Einstieg ins E-Sport-Marketing ist also sorgfältig zu planen, damit am Ende alle Beteiligten gewinnen.

Prof. Dr. Sebastian Serfas ist stellvertretender wissenschaftlicher Gesamtstudienleiter der FOM Hochschule in Nürnberg (www.fom-nuernberg.de). Er verfolgt die E-Sport- und Gaming-Szene seit Jahren (sebastian.serfas@fom.de).



Foto: spaxiax/Gettyimages.de



BILDSPRACHE

MUSS NICHT LAUT SEIN – ABER EHRlich

BUSINESS FOTOGRAFIE
METROPOLREGION NÜRNBERG



FOTOSTUDIO BZRK15

Harry Bellach
90459 Nürnberg
Mobil 0160 717 50 00
hallo@harry-bellach.de
www.harry-bellach.de



42

DIHK-Fachausschüsse: Experten aus Mittelfranken in Berlin stark vertreten.



44

Neuer DIHK-Präsident: Peter Adrian aus Trier übernimmt die Führung.

IHK-Welt

WIRTSCHAFTSJUNIOREN

Virtuelle Laufveranstaltung

■ Im Sommer 2020 hatte der „Virtual WJ-Run“ Premiere – eine „virtuelle“ Laufveranstaltung, die von den Wirtschaftsjunioren Nürnberg (WJ) organisiert worden war und an der über 300 Freizeitsportler teilnahmen. Auch in diesem Jahr wird der Wettbewerb Corona-bedingt wieder in dieser Form stattfinden. Der Ablauf: In der Woche vom 24. Juli bis 1. August absolvieren die Teilnehmer die gewählte Strecke alleine (fünf Kilometer, zehn Kilometer oder Halbmarathon), stoppen ihre Zeiten selbst und tragen sie nach dem Wettkampf über einen Link in die Ergebnislisten ein. Ehrlichkeit sei dabei Ehrensache, so Organisator und WJ-Kreissprecher Oliver Dürrbeck, der mit 500 Teilnehmern in ganz Deutschland rechnet. Die Erlöse kommen dem Projekt „Schulen für Ruanda“ der Wirtschaftsjunioren Hessen zugute.



Foto: stevecoleimages/Getty/images.de

➔ Information und Anmeldung: www.wj-run.de

KÜSPERT

www.kuespert-personal.de

GEMEINSAM IN EINE SICHERE ZUKUNFT!



STANDORT NÜRNBERG

Färberstr. 19, 90402 Nürnberg
Tel.: 0911/230 890-0
E-Mail: info@kuespert-personal.de
www.kuespert-personal.de



STANDORT MÜNCHEN

Triebstr. 18, 80993 München
Tel.: 089/357 330-0
E-Mail: info@kuespert-personal.de
www.kuespert-personal.de

Der Sitz des Deutschen Industrie- und Handelskammertages: das „Haus der Deutschen Wirtschaft“ in Berlin.

DIHK-FACHAUSSCHÜSSE

Die Vertreter aus Mittelfranken

In den Fachausschüssen des DIHK sind Unternehmer aus Mittelfranken prominent vertreten.

Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) setzt sich bei Politik und Verwaltung auf vielfältige Weise für attraktive wirtschaftliche Rahmenbedingungen und für eine zukunftsfähige Wirtschaftspolitik ein. Die DIHK-Fachausschüsse sind entscheidende Gremien, um

die wirtschaftspolitischen Konzepte und Vorschläge praxisnah zu gestalten. Folgende Unternehmer und Führungskräfte aus Mittelfranken engagieren sich in der Amtszeit 2021 bis 2024 bis in den DIHK-Fachausschüssen für die Belange der Wirtschaft:

Außenwirtschaftsausschuss

Prof. Dr. Christian Rödl (Vorsitzender der Geschäftsleitung der Rödl Rechtsanwalts-gesellschaft Steuerberatungsgesellschaft mbH, Nürnberg)
Armin Siegert (Leiter IHK-Geschäftsbereich International)

Bildungsausschuss

Monika Frenzel (Geschäftsführerin der Lorenz Personal GmbH & Co. KG, Nürnberg)
Dr. Jürgen Hollatz (Leiter Berufsbildung Süd der Siemens AG, München)
Jörg Schlag (Geschäftsführer der Arvena Park – Das Hotel am Franken-Center GmbH, Nürnberg)

Finanz- und Steuerausschuss

Thomas Dierichs (Leiter Zentrale Steuerabteilung der Diehl Stiftung & Co. KG, Nürnberg)
Gerlinde Wanke (Leiterin Steuern und strategische Beteiligungen der Nürnberger Versicherungsgruppe, Nürnberg)

Geld- und Kreditausschuss

Swen Heckel (Vorstandsvorsitzender der Raiffeisenbank Hersbruck eG, Hersbruck)
Dr. Carsten Krauß (Vorstandsvorsitzender der Raiffeisenbank Roth-Schwabach eG, Roth)

Ausschuss für Gesundheitswirtschaft

Oliver Brehm (Geschäftsführer der Peter Brehm GmbH, Weisendorf)
Dr. Stefan Schaller (Head of Central Western Europe der Siemens Healthcare GmbH, Erlangen)
Dr. Elfriede Eberl (Leiterin Referat Innovation, IHK Nürnberg für Mittelfranken)

Handelsausschuss

Kerstin Brkasic-Bauer (Geschäftsführerin, Blondl-Vertriebs GmbH, Nürnberg)
Carsten Dörfler (Pers. Haftender Gesellschafter, Die Einrichtung Grete und Ernst Dörfler KG, Erlangen)
Gregor Heilmaier (Geschäftsführer der Heilmaier & Heilmaier GmbH, Nürnberg)

Ausschuss für Industrie und Forschung

Prof. Dr. Tim Hosenfeldt (Leiter Zentrale Innovation und Forschung, Zentrale Technologien, Schaeffler AG, Herzogenaurach)
Dr. Robert Schmidt (Leiter IHK-Geschäftsbereich Innovation | Umwelt)

Ausschuss Informations- und Kommunikationstechnologie

Johannes Bisping (Geschäftsführer der Bisping & Bisping GmbH & Co. KG, Lauf)
Richard Dürr (Leiter Referat Informationstechnik, IHK Nürnberg für Mittelfranken)

Ausschuss für Kommunikation und Medien

Dr. Christina Blumentritt (Medienwissenschaftlerin)
Dr. Thomas Koch (Leiter Unternehmenskommunikation, Personal und Recht der Nürnberg Messe GmbH, Nürnberg)
Dr. Kurt Hesse (Leiter IHK-Geschäftsbereich Kommunikation)

Mittelstandsausschuss

Andreas Baumüller (Geschäftsführer der Baumüller Nürnberg GmbH, Nürnberg)
Markus Neubauer (Geschäftsführer der Silbury Holding GmbH, Fürth)
Eike Scholl (Executive Director International Relations & Business der Nürnberg Messe GmbH, Nürnberg)

Rechtsausschuss

Dr. Maximilian Koch (In-House Lawyer der Adidas AG, Herzogenaurach)
Dr. Thomas Lask (Prokurist der Kennametal Shared Services GmbH, Fürth)

Ausschuss für Tourismus


Marion Beugler (Inhaberin des Boutiquehotels Goldene Rose, Rothenburg ob der Tauber)
Yvonne Coulin (Geschäftsführerin des Verkehrsvereins Nürnberg e. V., Nürnberg)

Ausschuss für Umwelt und Energie

Heinz-Peter Geiger (Zentraler Umweltschutz der Diehl Stiftung & Co. KG, Nürnberg)
Dr. Robert Schmidt (Leiter IHK-Geschäftsbereich Innovation | Umwelt)

Verkehrsausschuss

Jürgen Zöbl (Vertriebsleiter Straßenbahn und U-Bahn der Siemens Mobility GmbH, Erlangen)
Dr. Udo Raab (Leiter IHK-Geschäftsbereich Standortpolitik und Unternehmensförderung)

 www.dihk.de/de/ueber-uns/die-gremien-des-dihk

DIHK

Peter Adrian ist neuer DIHK-Präsident



Foto: DIHK/Werner Schuering

Peter Adrian

■ Peter Adrian ist neuer Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK). Die DIHK-Vollversammlung wählte den 64-jährigen Unternehmer einstimmig zum Nachfolger von Dr. Eric Schweitzer, der nach acht Jahren Amtszeit satzungsgemäß nicht mehr zur Wiederwahl angetreten ist. Als Präsident übernimmt Adrian das wichtigste Ehrenamt an der Spitze der Dachorganisation von 79 IHKs, deren gesetzlicher Auftrag die Vertretung des wirtschaftlichen Gesamtinteresses von insgesamt mehr als drei Mio. Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft ist. Seit 2006 ist Adrian bereits Präsident der IHK Trier.

Adrian ist in Köln geboren und in Trier aufgewachsen. Er hat eine Ausbildung bei der Deutschen Bank absolviert und dann an der Universität Trier Volkswirtschaft studiert. Sein erstes Unternehmen gründete er noch als Student mit 23 Jahren und rund 3 000 Euro Startkapital. Inzwischen betreibt die von Adrian aufgebaute Triwo AG, deren Miteigentümer er ist, bundesweit rund 30 große Industrie- und Gewerbeparks, in denen

sich meist mehrere Industriebetriebe aus einer Branche angesiedelt haben.

Die DIHK-Vollversammlung wählte turnusgemäß auch die vier Vizepräsidenten: Neu gewählt wurden Marjoke Breuning (Geschäftsführende Gesellschafterin der Maute-Benger GmbH in Stuttgart und Präsidentin der IHK Stuttgart) und Ralf Stoffels (Geschäftsführender Gesellschafter der BIW Isolierstoffe GmbH in Ennepetal und Präsident der IHK Hagen). Die beiden anderen Vizepräsidenten Klaus-Hinrich Vater (Chef des IT-Unternehmens Vater Gruppe in Schwentental und Präsident der IHK Kiel) und Klaus Olbricht (Geschäftsführer der Elektromotoren und Gerätebau Barleben GmbH in Barleben und Präsident der IHK Magdeburg) wurden in ihren Ämtern bestätigt. Die Amtszeit des neuen Präsidiums beträgt vier Jahre. Auf Vorschlag von Peter Adrian wählte die Vollversammlung außerdem Dr. Eric Schweitzer zum DIHK-Ehrenpräsidenten. Der 55-jährige Berliner Unternehmer war seit 2013 der bis heute jüngste DIHK-Präsident.

IHK – WIR SETZEN UNS EIN)))))))

Wahlmöglichkeit bei der Besteuerung

Die Bundesregierung hat ihren Gesetzentwurf für die Modernisierung des Körperschaftsteuerrechts verabschiedet. Hierin sind einige wichtige Erleichterungen für die Unternehmen geplant.



Zentraler Punkt ist die geforderte Optionsmöglichkeit für Personengesellschaften, sich wie Körperschaften besteuern zu lassen. Diese Möglichkeit war vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) nachdrücklich gefordert worden. Außerdem sollen laut dem Gesetzentwurf künftig beispielsweise Verluste aus Währungsschwankungen im Zusammenhang mit Gesellschafterdarlehen als Betriebsausgabe abgezogen werden können.

Paket für Abbau der Bürokratie beschlossen

Die Bundesregierung wird in der laufenden Legislaturperiode kein weiteres Bürokratieabbaugesetz mehr auf den Weg bringen, weil Corona andere Schwerpunkte gesetzt hat. Ein Zwischenerfolg ist laut DIHK jedoch der Beschluss der hochrangigen Koalitionsarbeitsgruppe: Sie hat 22 Maßnahmen zum Bürokratieabbau zu einem Paket zusammengeschnürt. Diese Maßnahmen können teilweise noch vor, überwiegend jedoch erst nach den Bundestagswahlen umgesetzt werden. Viele bedeuten spürbare Entlastungen für die Betriebe, für die sich auch der DIHK stark gemacht hatte. Hierzu gehören beispielsweise zeitnahe Betriebsprüfungen, verbindliche steuerliche Auskünfte und die Einführung einer bundeseinheitlichen Wirtschaftsnummer, um Mehrfachmeldungen an Behörden zu vermeiden. Geplant sind auch folgende Maßnahmen, die laut DIHK Schritte in die richtige Richtung sind: Harmonisierung steuergesetzlicher Berechnungsmethoden, vermehrter Einsatz digitaler Lösungen (z. B. im Planungsrecht oder bei Datenregistern) sowie Erleichterungen bei Vergabe- und bei Förderverfahren.



Eine Wirtschaftsnummer für jedes Unternehmen

Das Bundeswirtschaftsministerium hat den Gesetzentwurf zum Basisdatenregister und der Einführung der bundeseinheitlichen Wirtschaftsnummer (UBRegG) veröffentlicht. Der Gesetzentwurf soll noch in dieser Legislaturperiode verabschiedet werden. Grundsätzlich ist der Gesetzentwurf für die Unternehmen mit ihren vielfältigen Verwaltungskontakten laut DIHK der erste wichtige Schritt, um bestehende Register zu verknüpfen, sodass sie Daten nicht mehrfach für verschiedene Zwecke zuliefern müssen („once only“-Prinzip).



Das Gesetz sieht vor, dass künftig Unternehmen über eine bundeseinheitliche Wirtschaftsnummer eindeutig identifiziert werden können. Dadurch kann mittelfristig auch eine Bereinigung der Daten in Registern der öffentlichen Hand stattfinden, Fehl- und Falscheinträge sowie Dubletten können verringert werden. Vor allem aber wird der Austausch von Daten über die einzelnen Register hinweg wesentlich erleichtert. Das Basisregister soll bis zum 1. Januar 2024 betriebsreif sein.

MEDICAL VALLEY EMN

Neuer Vorstand gewählt

Der Vorstand der Kompetenzinitiative „Medical Valley EMN e. V.“, die sich für die Stärkung der Medizintechnik in der Europäischen Metropolregion Nürnberg (EMN) einsetzt, wurde neu gewählt. Nachfolger des langjährigen Vorsitzenden Prof. Dr. Erich Reinhardt wurde Walter Märzendorfer, ehemaliger Manager von Siemens Healthineers. Die stellvertretenden Vorsitzenden, FAU-Präsident Prof. Dr. Joachim Hornegger und Erlangens Oberbürgermeister Dr. Florian Janik, sowie die weiteren Vorstandsmitglieder wurden für drei Jahre wiedergewählt: Prof. Dr. Armin Bolz (Sasse Elektronik GmbH, Schwabach), Xaver Frauenknecht (Sozialstiftung Bamberg), Prof. Dr. Albert Heuberger (Fraunhofer IIS), Prof. Dr. Heinrich Iro und Prof. Dr. Jürgen Schüttler (Universitätsklinikum Erlangen), Prof. Dr. Achim Jockwig (Klinikum Nürnberg), Dr. Uwe Kirschstein (Stadt Forchheim), Dr. Bernd Montag (Siemens Healthineers) und Dr.-Ing. Robert Schmidt (IHK Nürnberg für Mittelfranken).

Erich R. Reinhardt hatte den Verein in seiner Funktion als Vorstandsvorsitzender von Siemens

Healthcare (heute Siemens Healthineers) im Jahr 2006 mit gegründet. 2008 übernahm er den ehrenamtlichen Vereinsvorsitz von Dr. Siegfried Balleis, dem ehemaligen OB der Stadt Erlangen. „Das Wirken von Prof. Reinhardt war ein Glücksfall für den Verein und für die Metropolregion“, so Dr. Robert Schmidt, Leiter des IHK-Geschäftsbereichs Innovation|Umwelt, der ihm für sein verdienstvolles Wirken dankte. Mit ihm habe sich die Region zu einem Kraftzentrum für Innovationen im Kompetenzfeld Medizin und Gesundheit entwickelt. Dies werde auch dadurch unterstrichen, dass die Region vom Bundesforschungsministerium als nationaler Spitzencluster für die Medizintechnik ausgezeichnet worden sei. Weltmarktführer, kleine und mittlere Unternehmen, Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Universitätskliniken arbeiteten in der Region bei technischen, medizinischen und gesundheitsökonomischen Fragestellungen erfolgreich zusammen, so Schmidt.



www.medical-valley-emn.de



Dr. Erich R. Reinhardt



Walter Märzendorfer

Fotos: medical valley EMN

BIHK: Corona-Notbremse verlängert die Perspektivlosigkeit

Der Bayerische Industrie- und Handelskammertag (BIHK) hat die vom Bundestag beschlossene Corona-Notbremse als nicht zielführend kritisiert.



„Die nur an Inzidenzwerten orientierten Maßnahmen werden bei Verbrauchern und Betrieben weiter für ein chaotisches Stop-and-Go sorgen. Stattdessen brauchen wir angesichts steigender Impfquoten einen klaren Weg aus der Pandemie“, sagte BIHK-Präsident Dr. Eberhard Sasse. Es fehle ein Plan für kontrollierte Öffnungen, die sich an regionalen Gegebenheiten festmachen. Die Bundes-Notbremse ab einer Inzidenz von 100 sei ein deutlicher Rückschlag für Bayern, insbesondere für den stationären Einzelhandel außerhalb der essenziellen Sortimente. Einzelhändler und Kommunen hätten sich gerade erst mit Testkapazitäten auf die im Freistaat geplanten „Click&Meet“-Möglichkeiten vorbereitet. Jetzt zerstöre der Bund auch diese Option bei einer Inzidenz von über 150. Für viele Einzelhändler lohne sich die Öffnung bei diesem andauernden Hin und Her nicht. Für sie könnten die jetzt anstehenden Schließungen existenzbedrohend sein.

IHK-Organisation engagiert sich für die Inklusion

Gerade in Corona-Zeiten haben es junge Menschen mit Handicap oft schwer, einen guten Ausbildungsplatz zu finden. Zahlreiche Kammern, darunter auch die IHK Nürnberg für Mittelfranken, engagieren sich für die Inklusion und erhalten dabei jetzt Unterstützung durch ein neues Programm des Bundesarbeitsministeriums mit dem Titel „Inklusionsstrukturen bei Kammern fördern“ (InKas). Weil ein Behinderungsgrad nichts über die Leistungsfähigkeit eines Menschen aussagt, unterstützen die IHKs Arbeitgeber dabei, Unsicherheiten abzubauen, neue Lösungswege zu gehen und die Potenziale von Menschen mit Einschränkungen zu erkennen.




Unter anderem beraten sie Unternehmen zu Fördermöglichkeiten, stellen Kontakte zu Rehabilitationsträgern her oder helfen gezielt bei der Akquise geeigneter Bewerberinnen und Bewerber. Mit dem neuen Programm will die Bundesregierung die Kammern unterstützen, um noch mehr jungen Menschen mit Behinderungen zu einer abgeschlossenen Berufsausbildung zu verhelfen.

AHK Vietnam organisiert dienstliche Flüge nach Hanoi

Die deutschen Auslandslandeshandelskammern (AHK) sorgen in Corona-Zeiten mit



vielfältigen Aktivitäten dafür, dass die Kontakte mit wichtigen Zielländern nicht abreißen. Dazu gehört auch die Organisation spezieller Flüge in einzelne Länder, um deutschen Unternehmensvertretern die Rückkehr in das jeweilige Gastland zu ermöglichen. Nun bietet die AHK Vietnam in Zusammenarbeit mit der dortigen German Business Association (GBA) in den nächsten Monaten voraussichtlich drei weitere sogenannte „Relocation-Flüge“ nach Hanoi an. Mit zwei vorangegangenen Flügen hatte die AHK mehr als 400 Unternehmern, Experten und Diplomaten aus Europa die (Rück-) Reise nach Vietnam ermöglicht (www.vietnam.ahk.de).



NUR WER SICH ZEIGT, GEWINNT

Profitieren Sie von geballter Entscheidungskompetenz im Zielsegment Mittelstand

Knapp **4 Mio. Entscheider** sind maßgeblich für die Geschicke der dt. mittelständischen Unternehmen verantwortlich. Sie haben **alleinige bzw. anteilige Entscheidungskompetenz** bei der Auftragsvergabe. Damit erreichen die IHK-Zeitschriften eine äußerst werthaltige und begehrte TOP-Zielgruppe.*

Positionieren Sie Ihre Angebote im auflagenstärksten IHK-Magazin und **steigern Sie den Umsatz** Ihres Unternehmens.

Erfolg ist buchbar!

Jetzt Angebot anfordern. Vereinbaren Sie gleich einen Beratungstermin unter Tel. **0911/5203-150** oder **-358** bzw. **media@hofmann-infocom.de** und **sparen Sie Zeit und Geld.**

*Reichweitenstudie Entscheider im Mittelstand REM 2018.

Mediadaten 2021
jetzt herunterladen:
www.hofmann-infocom.de/wim



Daniel Wickel / Anzeigenmarketing WiM
Telefon: 0911 5203-150
E-Mail: wickel@hofmann-infocom.de



Horst Schildknecht / Anzeigenmarketing WiM
Telefon: 0911 5203-358
E-Mail: schildknecht@hofmann-infocom.de

Branchen A-Z

* Geschäftsempfehlungen aus der Metropolregion Nürnberg

Im Branchenmarkt A-Z finden Sie Geschäftsempfehlungen in alphabetischer Reihenfolge der Branchen. Sortiert nach Firmennamen: siehe Inserentenverzeichnis Seite 49.

ABBRUCHARBEITEN

IHR SPEZIALIST FÜR

- Erdbau
- Tiefbau
- Entsorgung
- Abbruch
- Schadstoffsanierung
- Bauschuttrecycling

VERTRAUEN DURCH LEISTUNG UND QUALITÄT



M. Reithelshöfer GmbH

Erdbau Michael Reithelshöfer GmbH
 Äußere Abenberger Straße 131, 91154 Roth, Tel. 091 71 / 8 45 - 0
 info@reithelshoefer.de • www.reithelshoefer.de

ANKAUF IMMOBILIEN

Sie wollen sich nicht länger mit Ihren Mietern herumschlagen und die Zeit lieber in Ihr Geschäft investieren?

Wir kaufen Ihre Anlageimmobilie!

Schnell, einfach und diskret.
 Auch in Problemfällen.

Anfragen unter:
 Email: info@mueller-vermoegensmanagement.de
 Tel.: 0151-22435932



MÜLLER VERMÖGENSMANAGEMENT GMBH

DACH- UND WANDSYSTEME

Zimmermann

Dach- und Wandsysteme GmbH

www.zimmermann-trapezblech.de

In unserem Trapezblech-Handel finden Sie alles für Industrie- & Privatbau inkl. Kleinteile und Befestigungsmaterial

Zimmermann Dach- und Wandsysteme GmbH
 Stilzendorf 35, 91583 Schillingsfürst
 Tel.: 09868 - 93 45 60, info@zimmermann-trapezblech.de

Beachten Sie bitte in der WiM unser nächstes Special im Juni:
Digitale Wirtschaft | IT

E-COMMERCE



ONLINE BESSER VERKAUFEN

Online-Shop Realisierung

Telefon 0911/366 805 80

Ralph Bielenberg

Email ralph@bielenberg.biz

www.ecommerce.bielenberg.biz



wim-magazin.de

FAHNEN | FAHNENMASTEN

Fahnen+Masten mit hoher Qualität

Fahnenmasten-Shop.de

24-h Online Bestellung möglich

Fahnenmasten-Shop, Höfelbeetstr. 20, 91719 Heidenheim/Mfr.
 Tel. 09833 / 98894-0, E-Mail: verkauf@fahnenmasten-shop.de

FÖRDERTECHNIK



Fiegl Fördertechnik GmbH

Verkauf - Vermietung - Kundendienst
 Fahrerschulungen - Ersatzteile
 Reparaturen - Lieferservice
 Batterien und Ladegeräte

90530 Wendelstein
 Wilhelm-Maisel-Straße 30
 Fon 0 91 29/28 85 82
 Fax 0 91 29/28 85 83
 info@fiegl-foerdertechnik.com
 www.fiegl-foerdertechnik.com



Seit 1959 Ihr Partner für

Yale

M. + S. BAUER GMBH
 Am Tower 35
 90475 Nürnberg
 Tel. +49 (0) 9128 / 73947-0

www.staplerbauer.com



EDIA EM



- Konstruiert für Leistung und das Wohl des Fahrers
- Gebaut für die Zukunft

Profitieren Sie von neuester Technologie vereint mit unserer fachlichen Kompetenz

ALEXIUS Fördertechnik GmbH
 90592 Schwarzenbruck
 Tel. 09128/9135-0 · Fax 09128/9135-50
 www.alexius-gabelstapler.de

INDUSTRIE-/HALLENBAU

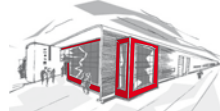


Hallen für Handwerk, Gewerbe und Industrie

Aumer Stahl- und Hallenbau GmbH
 Am Gewerbepark 30
 92670 Windischeschenbach
 Tel.: 09681 40045-0
 hallenbau@aumergroup.de

Aumer
 www.aumergroup.de

Zottmann Industriebaugesellschaft mbH & Co. KG
 Generalunternehmung im Industrie- und Gewerbebau



■ Tel: 09175 / 90 80 99 - 0 ■ Hauptstr. 5, 91174 Spalt ■ E-Mail: info@zottmann-industriebau.de ■ Web: www.zottmann-industriebau.de

FOTOGRAFIE

product event portrait

grischajäger fotografie

info@grischajaeager.com
0176-315 788 87
www.grischajaeager.com

GEWERBEBAU | HALLENBAU

A.M. Hallenbau GmbH
Ihr kompetenter Partner für
Industrie- & Gewerbehallen

über 25 Jahre
Erfahrung

Hallen aus Stahl

Tel. 09661/8762-0 Fax -20
Hauptstraße 51
92237 Sulzbach-Rosenberg

info@am-hallenbau.de
www.am-hallenbau.de

INDUSTRIE-/HALLENBAU

GLOBAL-Systembau
GEWERBEHALLEN

INDUSTRIE- UND HALLENBAU

Individuelle Hallen für: Hallenbau, Industriebau, Verwaltungsbau, Gewerbebau

Professioneller Hallenbau von der Planung bis zur Fertigstellung

Global-Systembau
Hüttenstraße 1
93142 Maxhütte Haidhof

☎ 09471 / 60 51 91
📠 09471 / 60 51 92

global-systembau@-online.de
www.global-systembau.de

INGENIEURDIENSTLEISTUNGEN

Seit 20 Jahren! Seit 20 Jahren! Seit 20 Jahren!

management module®
SiGeKo in der Region

Dipl.-Bauing. (FH) Torsten Tesch
Taurusstraße 65, 91056 Erlangen

mobil: 0179 / 911 48 25
E-Mail: info@sigeko-in-der-region.de
Internet: www.management-module.de

Der zuverlässige Partner für die Sicherheits- und Gesundheitsschutzkoordination

Hallenbau - Gewerbebau - Stahlbau

von der Idee zur fertigen Halle
komplett aus einer Hand

GILLIG + KELLER

www.gilligundkeller.de

Gillig + Keller GmbH | Am Brunnlein 1 | 97215 Uffenheim | Tel.: 09842 / 9828-0 | Fax 09842/9828-82

Inserentenverzeichnis

A.M. Hallenbau GmbH	749	ISPL Business Partner GmbH	750	Presseclub Nürnberg e.V.	764
agoras e.K.	775	J. Scharf Automobile GmbH & Co. KG	765, 71	Prinz Service & Entwickl. GmbH	727
Alexius Fördertechnik Handels GmbH	748	Johanniter-Unfall-Hilfe e.V.		Regionaldirektion für Allfinanz Deutsche Vermögensberatung	751
Aumer Stahl und Hallenbau	748	Regionalverband Mittelfr.	780	Rohrreinigungs-Service RRS	750
Besonders sein GmbH	777	Kaldenbach GmbH	735	Schilder Klug GmbH	780
Bruno die Agentur	740	Karalis Kommunikation	738	Schultheiß Wohnbau GmbH	712
Cartun GbR	761	Kart Mohnlein GmbH & Co. KG	750	Second Level	748
Erdbau Michael Reitelshöfer GmbH	748	Kloppe Media GmbH	736	Sellwerk	737
Espressone GmbH	750	Knoll GmbH & Co. KG	750	SENIORENRESIDENZ „Am Schloss Stein“ Betriebs-GmbH	751
Fahnenzentrum- Neumeyer-Abzeichen e.K.	748	Küspert GmbH	741	Stadion Nürnberg Betriebs-GmbH	753
Feser GmbH	72	LBBW	783	Südwestpark	74+5
Fiegl Fördertechnik GmbH	748	M. + S. Bauer GmbH	748	SYSTEC fabeco Ges. für Stahlhallenbau mbH	750
Gebr. Markewitsch	720	mailworxs	726	wbg Nürnberg GmbH	767
Gillig + Keller GmbH	749	Maisel Wohn- und Gewerbebau GmbH	721	Zelte Hofmann GmbH	750
Glanzstück	757	Management Module GmbH	749	ZFS Sagerer GmbH	750
Global-Systembau GmbH	749	M-net Telekommunik. GmbH	773	Zimmermann Dach- und Wandsysteme GmbH	748
HLB Dr. Hußmann PartG mbB Steuerberatungsgesellschaft	719	Müller Vermögensman. GmbH	748	Zlb - Zottmann Industriebau GmbH & Co. KG	748
Human Gesellschaft für Biochemica und Diagnostica mbH	779	Norbert Schaller Immobilien	725		
hofmann infocom	746	Ohm Professional School	756		
		Onlineprinters GmbH	731, 84		

ANZEIGE

**Wir teilen
schon
seit 1959.**

Wir sind schon lange welt-
weit vernetzt und teilen
Ideen und Wissen mit loka-
len Partnern. Damit arme
und ausgegrenzte Menschen
in Würde leben können.

**Brot
für die Welt**

Würde für den Menschen.

Mitglied der **actalliance**

KAFFEEVERSORGUNG

Kaffeerösterei | Lagerverkauf | Genusswelt | Geschenkservice
| Seminare | Kaffeemaschinen - Beratung - Verkauf - Reparatur |



Liebe Mutti, mit Liebe und KAFFEE wird alles gut!

Espresso
di mio gusto

Am Farnbach 8 | 90556 Cadolzburg | www.espressone.de

KARTBAHN

WWW.MOBILE-KARTBAHN.DE

Der professionelle Partner für Kartsportevents direkt vor Ihrer Tür!
Firmenveranstaltungen • Messen • Fernsehshows

- kompetente Betreuung
- computergesteuerte Zeiterfassung
- flexibles Streckensystem
- geschultes Personal
- zuverlässige Kartflotte
- höchster Sicherheitsstandard



FORMULA.DE
www.karting-wettbewerb.de

Fon: 0911 / 3 66 30 30
E-Mail: info@formula.de

KRANSERVICE

KNOLL

Autokrane · Hubarbeitsbühnen
Teleskop- und Gabelstapler
Maschinenbewegungen · Montagen

Heben
Bewegen
Transportieren

Zentrale:
Industriestr. 3 91583 Schillingsfürst
www.kran-koell.de info@kran-koell.de
Tel. 09868/98800 Fax 09868/988080

Unsere Dienstleistungen
stehen in folgenden Regionen bereit:
Ansbach · Fürth · Erlangen
Dinkelsbühl · Bad Windsheim
Bad Mergentheim · Crailsheim
Telefon (0700) 5726 56655



Niederlassung:
Gewerbegebiet Ost 44 · 91085 Weisendorf
Tel. 09135/736087-0 · Fax 09135/736087-87

NEU

Unser neuer, starker LKW
mit Ladekran

www.excudit-magazin.de

RESTRUKTURIERUNG

Unternehmen in der Krise?

Wir managen Sie da raus.

Sanierungsberatung und Umsetzungsbegleitung.

ISPL
BUSINESS PARTNER

Tel. 09181 27006 30
ispl-partner.de

ROHRREINIGUNGSSERVICE

Abfluss verstopft in
Küche, Bad, WC ...?

www.RRS.de
Rohrreinigungs-Service RRS GmbH

Neumühlweg 129
90449 Nürnberg
Tel. (0911) 68 93 680
Fax (0911) 68 42 55

Das Original seit 1972



Tag + Nacht Notdienst,
Hilfe rund um die Uhr! **0911-68 93 680**

- Rohr-, Abfluss-, Kanal-Reinigung
- 24 Stunden Notdienst
- Hochdruckspülung & -reinigung
- Kanal-TV-Untersuchung
- Dichtheitsprüfung
- Kanal-Rohr-Sanierung
- Leitungsortung
- Rückstau-Schutz

Mitglied der
Handwerkskammer
Nürnberg



STAHLHALLENBAU

SYSTEC fabeco

Gesellschaft für Stahlhallenbau mbH
www.systec-fabeco.de

Tel. 09605 / 92248-0 92729 Weiherhammer

TRESORE

ZFS SAGERER

Tresore Sicherheitstechnik

... seit mehr als 30 Jahren in Nürnberg
ständige Ausstellung, überragende Produkte, beste Beratung,
Privat- und Geschäftstresore, Waffenschränke, Spezialschränke für diverse Branchen,
Einwurfstresore, Nachtausgabesysteme, Spezialtresore Automotive,
Sonderanfertigungen nach Ihren Vorgaben und für jeden Bedarf
Entwicklung, Fertigung, Lieferung, Wartung, Service und Tresortransporte

Emmericher Straße 19 - 90411 Nürnberg
Telefon 0911 / 933 88 0
www.sagerer-tresore.de



ZELTE-VERMIETUNG/VERKAUF

**ZELTE
HOFMANN**

Lager- & Verkaufszelte
Vermietung / Verkauf
für Industrie, Handel u. Handwerk
www.zelthofmann.de

**morgens bestellen,
- abends nutzen**

Telefon 0911 - 3 26 21 49
Leyher Straße 56 90431 Nürnberg

Nachfolgebörse www.nexxt-change.org

Die Online-Börse „nexxt-change“ bringt Gründer und Übergeber von bestehenden Unternehmen zusammen. Sie wird von einer Reihe von Initiatoren getragen: Bundeswirtschaftsministerium, KfW Bankengruppe, Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK), Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH), Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken und Deutscher Sparkassen- und Giroverband.

So nehmen Sie an der Börse teil:

- ▶ Sie können direkt auf der Unternehmensbörse www.nexxt-change.org Angebote oder Gesuche aufgeben und einsehen. Über die Plattform können die Inserenten direkt kontaktiert werden.
- ▶ Das Inserat wird in gekürzter Form in WiM veröffentlicht, wenn Sie Mitglied der IHK Nürnberg für Mittelfranken sind (Angebote) bzw. wenn Ihr Firmensitz oder Wohnort in Mittelfranken liegt (Gesuche).
- ▶ Kontakt: IHK, Tel. 0911 1335-1315, simone.brunner@nuernberg.ihk.de

Angebote

Partner für Unternehmen im Bereich Automatisierungstechnik gesucht: Das Unternehmen hat eine erfolgreiche Partnerschaft mit einer indischen Technologiefirma und möchte diese ausbauen. Dazu suchen die Inhaber einen Nachfolger, Partner oder Investor. Eine finanzielle Beteiligung an den Anlaufkosten ist gewünscht. Der Partner soll Erfahrungen in der Automatisierung haben und die nachhaltigen Wachstumsziele mittragen. **A-171e2b**

E-Commerce-Unternehmen steht zur Übernahme bereit: Der Online-Handel (GmbH) wurde 2019 gegründet und ist auf die Erstellung und den Online-Vertrieb von Tagebüchern, Erfolgsplanern und Kalendern spezialisiert. Übernommen werden können der Restbestand von ca. 200 Tagebüchern, vier vorbereitete Produkte, die sofort in Druck gehen können, Social-Media-Account, Amazon-Listings und der professionell aufgesetzte Webshop. Das Gesamtangebot für Firma, Bestand, Assets und Einarbeitung liegt bei 22 000 Euro. **A-58a24e**

Unternehmer aus der Baubranche sucht Nachfolger: Der Inhaber gibt sein Generalunternehmen aus Altersgründen ab. Es besteht seit 30 Jahren und stellt überwiegend Einfamilienhäuser, Doppelhaushälften, Bungalows und Stadtvillen in Massivbauweise schlüsselfertig her. Die Häuser werden von einem Lizenzgeber geplant und erstellt. Die Büroimmobilie und ein Grundstück mit zwei Musterhäusern in einem Musterhauspark werden mit erworben. Der Vertrag mit dem Lizenzpartner läuft zum 31. Dezember 2022 aus, kann jedoch bei Bedarf übernommen werden. Die Umsatzerlöse und Ergebnisse konnten in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesteigert werden. Durch die gute Konjunktur in der Baubranche und die vielen Empfehlungen zufriedener Kunden wird auch für 2021 ein gestiegenes positives Ergebnis erwartet. Der Eigentümer strebt einen Share Deal an. **A-3d4c71**

SHK-Betrieb steht zum Verkauf: Inhaber eines alteingesessenen Sanitär-Heizungsbetriebs, gegründet vor über 40 Jahren, sucht altersbedingt eine Nachfolge. Das Leistungsspektrum umfasst u. a. Heizungstechnik, Sanitärtechnik, Badsanierung aus einer Hand, Regenwassernutzung, Kunden- und Stördienste sowie Wartung und Reparatur. Die Einarbeitung durch die Inhaber bei den Kunden wird gewährleistet. Ein realistisches Wertgutachten liegt vor. **A-1fo8d1**

Internet-Shop mit Edelstein-Schmuck und Geschenkartikel zu verkaufen: Das seit 2006 bestehende Unternehmen verkauft Edelstein-Schmuck und Geschenkartikel über einen Internet-Shop. Derzeit sind dort ca. 700 Artikel eingestellt. Der Shop ist für Mobilgeräte optimiert und hat eine Anbindung an Bezahldienste und Marktplätze wie Ebay und Amazon. Der Kaufpreis liegt bei 90 000 Euro. **A-4b23a1**

Sachverständige

Die öffentliche Bestellung und Vereidigung folgender Sachverständiger wurde entsprechend der Sachverständigenordnung (SVO) der IHK Nürnberg für Mittelfranken am 26. März 2021 verlängert:

Walter Angebrand, Dipl.-Ingenieur (FH), Architekt, Dr.-Meyer-Spreckels-Str. 66, 90763 Fürth, Fachgebiet: Schäden an Gebäuden

Prof. Dr.-Ing. Roland Babanek, Untere Schmiedgasse 8, 90403 Nürnberg
Fachgebiet: Baupreisermittlung und Abrechnung im Hoch- und Ingenieurbau, Bauablaufstörungen

Claus Offenhammer, Simonshofer Str. 21, 91207 Lauf a. d. P.
Fachgebiet: Bewertung von bebauten und unbebauten Grundstücken

Dr.-Ing. Christoph Schmidt, Rudolf-Virchow-Str. 9, 91710 Gunzenhausen
Fachgebiet: Photovoltaische Anlagentechnik

Roy-Achim von Bychelberg, Dipl.-Ingenieur (FH), Ringstr. 13B, 90592 Schwarzenbruck-Lindenburg, Fachgebiet: Schäden an Gebäuden

ANZEIGE

IHR ZUHAUSE FÜRS LEBEN So schön kann Wohnen im Alter sein.

- Betreutes Wohnen
- Eigener ambulanter Pflegedienst im Haus
- Stationäre Pflegeabteilung
- Kurzzeit- und Krankenhausnachsorgepflege
- Urlaubswohnen/Probewohnen
- Vielfältige Kultur- und Freizeitangebote

Besichtigen Sie vor Ort unsere Muster-Apartments und überzeugen Sie sich selbst. Wir freuen uns auf Sie!



SENIORENRESIDENZ
Am Schloss Stein

Rednitzstraße 70 · 90449 Nürnberg
Telefon 0911 / 21770-0
seniorenresidenz-am-schloss-stein.de



Profitieren Sie von den ersten Adressen im Markt.

Unsere starken Partner:



Regionaldirektion

Jürgen Banzhaf

Herrnackerstr. 3
90425 Nürnberg
Telefon 0911 21650082
Juergen.Banzhaf@allfinanz.ag



Allfinanz
Deutsche Vermögensberatung
Vermögensaufbau für jeden!

Wettbewerbe

+ Innovation: Der Deutsche Innovationspreis für Klima und Umwelt (IKU) startet in die achte Runde. Am Wettbewerb teilnehmen können alle in Deutschland ansässigen Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Einzelpersonen, die innovative klima- und umweltfreundliche Prozesse, Produkte und Dienstleistungen sowie Technologietransferlösungen für Schwellen- und Entwicklungsländer entwickeln. Die Preisträger erhalten insgesamt 175 000 Euro. Die IKU-Mittel stammen aus der Nationalen Klimaschutzinitiative (NKI) des Bundesumweltministeriums (BMU). Die Bewerbungsfrist endet am 21. Juni 2021.

➔ www.iku-innovationspreis.de

+ Immobilien: Der Deutsche Immobilienpreis wird auf Initiative der Nürnberger Immobilienwelt AG im September 2021 zum zweiten Mal vergeben. Er zeichnet herausragende Projekte und Unternehmen der Immobilienwirtschaft in acht Kategorien aus: Makler des Jahres, Green Project, Commercial Player, Property Management, Local Hero, Branchen-Pionier, Best Brand, Haus der Herzen. Jedes Unternehmen mit Sitz in Deutschland und Bezug zur Immobilienbranche kann sich bis 30. Juni 2021 bewerben. Auch Einreichungen in mehreren Kategorien sind möglich.



Foto: Nascico/Gettyimages.de

➔ www.deutscher-immobilienpreis.de

+ Systemgastronomie: Der Deutsche Systemgastronomie-Preis wird 2021 zum zehnten Mal vom Bundesverband der Systemgastronomie e. V. (BdS) verliehen. Mit ihm werden Personen, Unternehmen, Initiativen oder Einrichtungen in Deutschland geehrt, die sich in besonderer und beispielhafter Weise um die Branche bzw. um deren Herausforderungen verdient gemacht haben. Die Bewerbungsfrist endet am 30. Juni 2021.

➔ www.bundesverband-systemgastronomie.de (Rubrik „Der BdS“)

+ Neue Geschäftsideen: Innovative Gründer haben beim Businessplan-Wettbewerb Nordbayern die Chance, sich mit ihren Geschäftskonzepten und Ideen zu profilieren und diese weiterzuentwickeln. Alle teilnehmenden Start-ups erhalten von der Expertenjury eine umfangreiche Rückmeldung zu ihren Einreichungen. Gründerteams können bis zum 18. Mai 2021 an der finalen dritten Phase teilnehmen. Die Jury fordert einen vollständigen Geschäftsplan mit einem Umfang von ca. 30 Seiten, in dem die Teilnehmer insbesondere auf ihren Fahrplan bis zur Realisierung, den Kapitalbedarf ihres Unternehmens und die Umsatzplanung eingehen sollten. Online-Workshops bereiten auf die Anforderungen vor. Top-Gründerteams bekommen zudem die Chance auf Siegerprämien. Auch Quereinsteiger, die vorher nicht an den ersten beiden Phasen teilgenommen haben, können sich bewerben.



Foto: Goodboy Picture Company/Gettyimages.de

➔ www.baystartup.de/bayerische-businessplan-wettbewerbe

Bücher

+ Berufsbildung: Das Kompendium „Das Berufsbildungsrecht“ des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) ist in einer überarbeiteten Auflage im DIHK-Verlag erschienen. Die Gesetzes- und Textsammlung wurde auf den neuesten Stand gebracht. Sie enthält praxisrelevante Gesetze wie das Berufsbildungs- und das Jugendarbeitsschutzgesetz, die Musterprüfungsordnungen für die Durchführung von Ausbildungs- und Fortbildungsprüfungen, die Ausbilder-Eignungsverordnung und die Musterschlichtungsordnung. Das Standardwerk wendet sich an alle, die in der Berufsbildung tätig sind, und gibt ihnen alle notwendigen Normen für die tägliche Arbeit an die Hand.

➔ **Info:** ISBN 978-3-947053-34-6, 192 Seiten, 12,50 Euro, DIHK Verlag, Berlin, www.dihk-verlag.de



+ Führung wagen: Was genau bedeutet es, Führungskraft zu sein? Welche Kompetenzen sollte sie mitbringen? Wo liegen Stärken und wo Schwächen? Diese Fragen beantwortet Wolfgang Holl in seinem Buch „Führung wagen“ und gibt Entscheidungs- und Kommunikationshilfen speziell für neue Führungskräfte. In zehn Interviews geben erfahrene Führungskräfte aus dem mittleren Management, z. B. von GfK, E-T-A und Diehl Stiftung, Einblick in ihre Arbeit. Die zweite Auflage wurde durch ein Kapitel zum Thema „Agiles Führen“ ergänzt. Holl ist Geschäftsführer der Holl & Partner GmbH in Nürnberg und bietet seit über 25 Jahren Coachings für Führungskräfte und Mitarbeiter an.

➔ **Info:** Wolfgang Holl, ISBN 978-3-446-46341-7, 216 Seiten, 29,99 Euro, Carl Hanser Verlag, München, www.hanser-fachbuch.de





Weiterbildung in der Region: Aktuelle Kurse, Tagungen und Seminare.

53



IHK-Akademie Mittelfranken: Weiterbildung für die Wirtschaft.

54

Veranstaltungen

Nachhaltigkeit in Einkauf und Logistik

Die Nürnberger Ohm Professional School veranstaltet am Mittwoch und Donnerstag, 7. und 8. Juli 2021 die Konferenz „Nachhaltigkeit in Einkauf und Logistik“. Am ersten Tag haben die Teilnehmer die Möglichkeit, aus sechs Workshops zwei Themen zu wählen und diese aktiv mitzugestalten. Im Anschluss folgt ein Networking-Abend zum Erfahrungsaustausch. Am Folgetag findet die ganztägige Konferenz statt. Themen sind u. a. Corona und Sourcingstrategien, Risikomanagement, nachhaltiges Management, Erfassung und Nutzung von Nachhaltigkeitsdaten, Stadtlogistik und Textileinkauf.

Ohm Professional School gGmbH, Tel. 0911 424599-12
claudia.bauer@th-nuernberg.de
www.ohm-professional-school.de/tagungen



Foto: horstgerlach/Gettyimages.de

Luft und Raum im Max-Morlock-Stadion für Ihr Business Event!



event@stadion-nuernberg.de



Wissen, das Sie weiterbringt!



Foto: Denis Vermeke/Gettyimages.de

Gesamtprogramm: www.ihk-akademie-mittelfranken.de

PS **PRAXISSTUDIENGÄNGE**
Abschluss: IHK-Prüfung

Technik		
Geprüfte/in Industriemeister Print		09/21
Geprüfte/r Medienfachwirt/in Digital/Print		09/21
Gepr./r Industriemeister/in Elektrotechnik + Mechatronik Teilzeit		09/21
Gepr./r Industriemeister/in Elektrotechnik + Mechatronik Vollzeit		02/22
Geprüfte/r Industriemeister/in Elektrotechnik Metall		08/21
Betriebswirtschaft		
Geprüfte/r Bilanzbuchhalter/in		09/21
Geprüfte/r Wirtschaftsfachwirt/in Rothenburg u. Nürnberg		09/21
Geprüfte/r Immobilienfachwirt/in Rothenburg u. Nürnberg		09/21
Geprüfte/r Fachwirt/in f. Büro- u. Projektorgan. - NEU ONLINE		09/21
Geprüfte/r Technische/r Betriebswirt/in		09/21
Gastronomie		
Geprüfte/r Diätkoch/in		08/21
Ausbildung der Ausbilder		
Ausbildung der Ausbilder Vollzeit - Rothenburg		07/21
Ausbildung der Ausbilder - im virtuellen Klassenzimmer		06/21





ZL **ZERTIFIKATSLEHRGÄNGE**
Abschluss: IHK-Zertifikat

Technik		
Elektrofachkraft (IHK) für festgelegte Tätigkeiten		07/21
Elektronik Aufbautraining (IHK)		06/21
Betriebliche/r Datenschutzbeauftragte/r (IHK)		06/21
Betriebswirtschaft		
Digitaler Innovations- u. Produktmanager (IHK) - NEU ONLINE		09/21
Digital Change Manager (IHK) - NEU ONLINE		08/21
Data Analyst (IHK) - NEU ONLINE		09/21
KI Manager (IHK) - NEU ONLINE		09/21
Digital Know-how kompakt - Modul 1 - ONLINE		09/21
Immobilienmakler/in (IHK)		09/21
Lohn- und Gehaltsbuchhaltung (IHK)		05/21
Coach für agile Berufsausbildung IHK - ONLINE		06/21
CSR-Manager (IHK)		09/21
Gastronomie/Sonstiges		
Vegetarische und vegane Küche (IHK)		09/21
Assistant Sommelier (IHK)		10/21

S **SEMINARE**
Abschluss: IHK-Teilnahmebescheinigung

Betriebswirtschaft		
Ausbildung der Ausbilder, Zusatzmodul Rothenburg		14.-16. JULI 2021
Effizient arbeiten im Home-Office		18. MAI 2021
Web-Seminar: Social Media Marketing		10./17. JUNI 2021
Web-Seminar: Train the Online Trainer ...		10. JUNI 2021
Kommunikationstraining für Frauen im Business		07. JUNI 2021
Grundkurs Gehälter u. Monatslöhne richt. abrechn.		10. JUNI 2021
GmbH-Geschäftsführer - Rechte, Pflichten, steuerl. Aspekte		24. JUNI 2021
Führungsgrundlagen für Teamleiter, Gruppenleiter		15. JUNI 2021
Gastronomie		
Web-Seminar Sustainability - Nachhaltigkeit in der Gastronomie		09/21
Web-Seminar Revenue - Management		09/21
Web-Seminar Englisch in der Gastronomie		10/21
Web-Seminar Preisstrategien und Kalkulation		10/21
Web-Seminar HACCP - Grundlagen		10/21

Informationen und Anmeldung

-  Gesamtprogramm unter www.ihk-akademie-mittelfranken.de
-  Walter-Braun-Str. 15, 90425 Nürnberg
-  ihk-akademie@nuernberg.ihk.de
-  0911 / 1335-2335

i **Allgemeiner Hinweis**

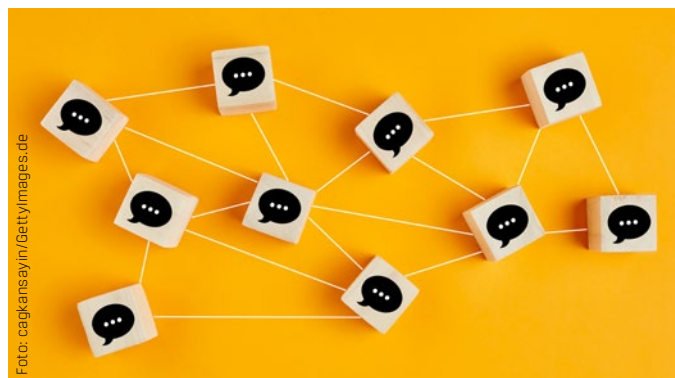
Mit dem Praxisstudiengang zum/r geprüften Fachwirt/in für Büro- und Projektorganisation werden Qualifikationen erworben, um gehobene Assistenz- und Sachbearbeitertätigkeiten sowie Koordinationsfunktionen in größeren Büros, Sekretariaten und Verwaltungsdiensten ausüben zu können.

www.ihk-akademie-mittelfranken.de/w/7042

IHK-Netzwerk für Kleinunternehmen

■ „Wirtschaft nebenan“ ist der Titel einer IHK-Veranstaltungsreihe, bei der sich Einzel- und Kleinunternehmen mit bis zu zehn Mitarbeitern aus verschiedenen Branchen austauschen und vernetzen können. Unternehmer geben dort in kurzen Vorträgen Einblicke in verschiedene betriebliche Themen. Beim nächsten Termin, der online stattfindet, geht es um das Thema „Pimp your Firmenblog – kreative Blogeinträge schreiben“. (Donnerstag, 20. Mai 2021, 16 bis 17 Uhr).

➔ Anmeldung: IHK, Tel. 0911 1335-1478
carolin.regler@nuernberg.ihk.de, www.ihk-nuernberg.de/v/5482



IT-Sektor engagiert sich

■ Am Freitag und Samstag, 18. und 19. Juni veranstaltet der Fachbereich „Türen öffnen“ des Instituts für Soziale und Kulturelle Arbeit in Nürnberg den ersten „Nürnberg Digital Service Jam“, bei dem IT- und Digitalprofis gemeinnützigen Initiativen ihre Expertise zur Verfügung stellen. Besonders während der Corona-Pandemie sind digitale Lösungen essenziell, um Klienten zu erreichen, Leistungen anzubieten und als Team zusammenarbeiten zu können. Doch häufig fehlt dem gemeinnützigen Sektor hierfür das notwendige Budget.

➔ www.tueren-oeffnen.de

Workshop-Reihe: So geht China

■ Die IHK Nürnberg für Mittelfranken veranstaltet an vier Terminen die Workshop-Reihe „So geht China“ (online, jeweils 10 bis 11.30 Uhr). Die Teilnehmer erhalten Tipps für den Aufbau einer Tochtergesellschaft in China. Auf dem Programm stehen vier Themenblöcke: Gründung (Dienstag, 11. Mai 2021), Aufbauphase – Personal (Dienstag, 18. Mai), Aufbauphase – Administrativ (Dienstag, 25. Mai) und operatives Geschäft (Donnerstag, 27. Mai). Die Referenten bringen Fachwissen und berufliche Erfahrungen aus dem China-Geschäft mit.

➔ www.ihk-nuernberg.de/v/6037

Grüner Wasserstoff

■ „DIHK H2Connect“ ist der Titel einer Webinar-Reihe vom 11. bis zum 27. Mai 2021, die sich mit Anwendungen und Marktchancen der Wasserstoffindustrie im In- und Ausland beschäftigt. Veranstalter sind der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK), die DIHK Service GmbH, die Industrie- und Handelskammern (IHKs) und die Deutschen Auslandshandelskammern (AHKs). Die Themen: Geschäftschancen auf Auslandsmärkten, Förderprogramme und Genehmigungsverfahren.

➔ www.dihk.de (Rubrik „Themen und Positionen/Wirtschaftspolitik/Energie“)

Moderne Führungskultur

■ Das Weiterbildungsunternehmen Beitraining International aus Nürnberg richtet am Donnerstag, 17. Juni 2021 den „10. People Skills Day“ aus, einen Aktionstag zum Thema Sozialkompetenzen. Er richtet sich an Unternehmer und Führungskräfte in kleinen und mittleren Unternehmen und steht unter dem Motto „Hybride Führung - Führungskompetenzen neu denken“. Die Teilnehmer können in zwei aufeinander folgenden Workshops – von 9 bis 13 Uhr und von 14 bis 18 Uhr – online oder in Präsenz teilnehmen (Trainingscenter, Bucher Str. 79a, Nürnberg).

➔ www.people-skills.eu



Marketing und Vertrieb

■ Der berufsbegleitende Masterstudiengang „Marketing- und Vertriebsmanagement“ der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU) geht im Herbst mit einem erweiterten Konzept in die nächste Runde. Eine Informationsveranstaltung findet am Donnerstag, 20. Mai 2021, 18 Uhr, online statt. Der Studiengang wurde um die Module „Online Marketing & E-Commerce“ und „Marketing & Sales Analytics“ erweitert. Die Teilnehmer können zwischen den Spezialisierungen „Marketing“ und „Vertrieb“ wählen.

➔ www.mvm-fau.de

Foto: HRAUN/Getty Images.de



IT-Sicherheit

■ Der IT-Trainingsanbieter qSkills aus Nürnberg hat sein Netzwerk mit einer neuen Switch-Generation des Halbleiter-Herstellers Broadcom ausgestattet und bietet rund um das neue Modell Kurse für Anfänger, Fortgeschrittene und zur Installation und Administration an. Switches sind zentrale Elemente für die zuverlässige Arbeit von Netzwerken. Der Qualifizierungsexperte ermöglicht den Teilnehmern, den vollen Funktionsumfang der neuen Generation und ihren Nutzen kennen zu lernen.

➔ www.qskills.de/qs/workshops/brocade

Foto: Bet Noire/Getty Images.de

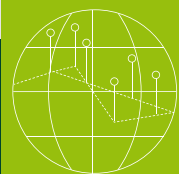


Blockchain

■ Eine Webinar-Reihe der bayerischen IHKs, des Blockchain Bayern e. V. und des Bayerischen Staatsministeriums für Digitales beantwortet viele Fragen rund um das Thema Blockchain. Die Termine (jeweils 15 bis 16 Uhr):

- ▶ Funktion der Blockchain (Dienstag, 11. Mai)
- ▶ Transparenz herstellen durch Blockchain (Dienstag, 18. Mai)
- ▶ Tokenisierung: Finanzen und Vermögenswerte sicher nachweisen, verwalten und übertragen (Dienstag, 8. Juni)
- ▶ Identitäten eindeutig nutzen durch Blockchain (Dienstag, 15. Juni).

➔ www.ihk-nuernberg.de/v/6052,6053,6054,6055



MANAGEMENT
& INTERNATIONAL
BUSINESS



WEITERBILDUNG LOHNT SICH!

Berufsbegleitende Weiterbildung

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (GENERAL MANAGEMENT)

Zeit für eine Karriere im Management!

Die OHM Professional School, das Weiterbildungsinstitut der Technischen Hochschule Nürnberg, wurde im Jahr 2001 gegründet und ist die erfahrenste Business School in Deutschland.



- Optimal abgestimmt auf die Bedürfnisse Berufstätiger
- Hoher Praxisbezug auf akademischem Niveau, garantiert durch Professoren*innen der TH Nürnberg sowie Dozierende der freien Wirtschaft
- Umfassende Vermittlung von Führungsqualifikationen (Soft-Skills) und persönliches Coaching
- Ohne wirtschaftliche Vorkenntnisse möglich
- Internationale Atmosphäre mit 70 % ausländischen Studierenden
- Unterrichtssprache Englisch
- Start im März und Oktober

Informieren Sie sich jetzt:

Tel.: 0911 5880-2802
ops-mba@th-nuernberg.de
www.ohm-professional-school.de

Akkreditiert durch
ACQUIN



TECHNISCHE HOCHSCHULE NÜRNBERG
OHM PROFESSIONAL SCHOOL



58

Bäckerei Karg in Schwabach:
Als Knäckebrot-Spezialist in Europa erfolgreich.



61

Beltup: Medienunternehmen erschließt neue Geschäftsfelder in der Medizinbranche.

Köpfe

MAGAZIN „FRANKENKIDS“

Neustart in der Pandemie

■ Das regionale Familienmagazin „Frankenkids“ hat sich nach dem Eigentümerinnenwechsel neu aufgestellt. Nach einem kompletten Relaunch des Magazins bietet die „Frankenkids“ Verlags GmbH & Co. KG in Nürnberg mit dem Portal frankenkids.de nun auch online familienrelevante Informationen an. Die Inhaberinnen Alexandra Rippel (Anzeigenleitung), Rosalie Schoenauer (Finanzen, Marketing) und Gabriele Gorny (Redaktion, Veranstaltungen) haben nach dem Rückzug von Gründerin Simone Stippl im vergangenen Sommer das Magazin in allen Bereichen auf den Prüfstand gestellt. Die Corona-Krise habe dabei „unglaublich viel Kreativität freigesetzt“. Die Inhaberinnen beschäftigen ein Team aus festen und freien Mitarbeiterinnen. Das Info-Portal mit 14-tägigem Veranstaltungskalender steht nun gleichberechtigt neben dem Printmagazin, das alle zwei Monate erscheint und an 1.300 Verteilstellen in der Metropolregion kostenlos ausliegt.

www.frankenkids.de



Foto: Frankenkids Verlag
Die Inhaberinnen Rosalie Schoenauer, Alexandra Rippel und Gabriele Gorny (v. l.).



glanzstück.
einfach sauber

IHRE GEBÄUDEREINIGUNG MIT NIVEAU!

WIR SPRECHEN IHRE SPRACHE

»Wir beschäftigen Mitarbeiter aus über 11 verschiedenen Nationen und sind stolz darauf. Die Kommunikation und Verständigung in der Sprache unserer Kunden ist dabei eine Grundvoraussetzung.«

Dietmar Jobst
Geschäftsführer



Jobst GmbH
90475 Nürnberg
Telefon 0911 4010 985
www.glanzstueck.info

Bourchan M.
Glas- und
Fensterreiniger

NATÜRLICH SNACKEN

BÄCKEREI KARG

Mit Knäcke und Kanten

Mit einer ganz speziellen Brotsorte hat das Schwabacher Unternehmen eine Nische in der umkämpften Backwaren-Branche besetzt.

Die Dr. Klaus Karg KG in Schwabach stellt momentan ihre Weichen für weiteres Wachstum: Schritt für Schritt nimmt sie die Produktion in ihrem neuen Erweiterungsbau in Betrieb. Mit zusätzlich rund 9 000 Quadratmetern verdoppelt sich die Produktionsfläche auf knapp 20 000 Quadratmeter. Dort fertigt der Knäcke-Bäcker künftig seine neue glutenfreie und saatenreiche Cracker-Linie. Firmenchef Dr. Klaus Karg sieht hier ein großes Potenzial: In den USA hätten sich glutenfreie Backwaren längst am Markt etabliert, in Deutschland hinke die Entwicklung noch hinterher.

Der Unternehmer bewegt sich konsequent in Spezialmärkten: „Außerhalb der Nische hätten wir keine Chance“, sagt er. Deshalb hat sich der Betrieb vom klassischen Bäckereisortiment verabschiedet und konzentriert sich auf Knäcke-Varianten – im hauseigenen Wording „Knusper-Kreationen“. Rund 80 verschiedene Produkte führt das Schwabacher Familienunternehmen. Allein der Klassiker Knäcke Brot wird u. a. in den Sorten „Vollkorn“, „Bio-Vollkorn“, „Bio-Knusperart“ und „Protein“ angeboten. Die Vollkorn-Version gibt es beispielsweise in den Geschmacksrichtungen „Basilikum Pesto“, „Käse & Kürbiskern“ oder mit

exotischer Cranberry-Kokos-Note. Hinzu kommen drei Kategorien von Snacks, etwa als Version „Rosmarin Meersalz“ oder „Dinkel Quinoa“ in Bio-Qualität, Bio-Cracker wie „Amazing Amaranth“ sowie Knabbereibäck wie „Hütts Olive & Thymian“.

„Unsere Erfolgsgeschichte konnte ich mir so nicht vorstellen“, sagt der Unternehmer in dritter Generation. Sein Großvater, der Bäckermeister Hans Karg, und dessen Frau Babette eröffneten 1950 die „Fränkische Dorfbäckerei Karg“ in Wolkersdorf, heute ein Gemeindeteil der Stadt Schwabach. Deren Sohn und Bäckermeister Heinz Karg übernahm 1960 den Betrieb und baute ein stattliches Filialnetz mit bis zu zwölf Geschäften auf. 1997 folgte ihm Klaus Karg. Der promovierte Betriebswirt hat zwar keine Bäcker Ausbildung, ist aber praktisch zwischen Mehl und Backofen aufgewachsen.

Diese Nähe zum handwerklichen Produzieren prägt bis heute sein Geschäft. Auch wenn sein Haus industrielle Größe erreicht habe, sei Bäckertradition mit dem Dreiklang solides Handwerk, Tradition und Natürlichkeit maßgeblich. Rohstoffe kauft er nach Möglichkeit regional ein und für Dinkel greift er auf die Ernte von Vertragsbauern



Firmenchef Dr. Klaus Karg
vor der neuen Produktionshalle
in Schwabach.

zurück. Das sei zwar teurer, als international einzukaufen, damit wolle man aber die Landwirte in der Region unterstützen. Der Teig wird noch traditionell geknetet und bekommt Zeit, sich zu entwickeln. Sorgfalt ist auch oberstes Gebot beim Backen. Die Waren bleiben bei niedrigen Temperaturen länger als eine Stunde im Ofen und werden schonend gebacken. „Andere Knäcke-Bäcker machen das mit großer Hitze in maximal 20 Minuten“, sagt der Firmenchef. Die längere Backzeit sei zwar erheblich aufwändiger und damit auch teurer. „Das Produkt hat aber einen anderen Biss und vor allem ein viel besseres Aroma“, zeigt sich der 60-Jährige überzeugt. Deshalb mache er das seiner Meinung nach beste Knäckebrötchen der Welt.

Konzentration auf die Knäcke-Welt

Der experimentierfreudige Manager ließ den Familienbetrieb 1998 bio-zertifizieren. Zwei Jahre später startete er mit der Knäcke-Bäckerei als zweites Standbein. Ein Zufall führte ihn zum Münchner Branchentreff „Feines Essen und Trinken“, den er mit einem ersten Knäcke-Großauftrag verließ. Karg testete auch süßes Brot zum Selberbacken, bot den Kunden vitaminreiche Brote an oder entwickelte Gourmet-Baguettes zum Aufbacken daheim. Doch damit landete er – anders als beim Knäckebrötchen – keinen Treffer in der Verbrauchergunst. 2005 folgte der Umzug in den Osten Schwabachs, um für die wachsende Nachfrage genug Platz zu haben. 2017 trennte er sich vom klassischen Bäckereigeschäft mit seinen Filialen und konzentrierte sich seitdem auf die Knäcke-Welt. Zuvor hatte Karg sein Standortnetz auf bis zu zwölf Häuser in und um Schwabach ausgebaut. Damit sei man in dem hart umkämpften Markt nur einer von den Kleinen gewesen. Zudem sei das Aussterben der traditionellen Bäckereien schon voll im Gange gewesen.

Die Familienbäckerei beschäftigt rund 250 Mitarbeiter. Heute gehen 55 Prozent der Backprodukte insbesondere an Supermärkte und Discounter ins Ausland. Wegen der räumlichen Nähe liefert das Unternehmen hauptsächlich nach Europa, aber auch Abnehmer aus Australien oder den Vereinigten Arabischen Emiraten greifen bei Dr. Karg zu. Jedes zweite Produkt findet sich als Eigenmarke der Kunden im Regal wieder. Auf diese Weise lassen sich die teuren Listungskosten bei den Supermärkten vermeiden, um überhaupt den Weg in die Läden zu finden. Der Bio-Anteil im Sortiment liegt konstant bei gut 60 Prozent.

Beim Umsatz hält sich Kommanditist Karg bedeckt: Die Entwicklung zeichne sich durch ein ziemlich kontinuierliches Wachstum aus, zuletzt habe er das Geschäft im deutlich zweistelligen Millionen-Euro-Bereich abgeschlossen. Wie dieses Jahr ausgehen wird, lässt er offen. In der ersten Welle der Corona-Pandemie habe er noch spürbar vom Trend profitiert, dass verstärkt Bio-Lebensmittel gekauft werden, aber mittlerweile zeige sich eine gewisse Verunsicherung bei den Verbrauchern, die angesichts der anhaltenden Pandemie ihr Geld vorsichtig zusammenhalten. Doch Klaus Karg bleibt grundsätzlich optimistisch.

Auszeichnungen für die Sortimente

Die Sortimente werden immer wieder ausgezeichnet, etwa die Knabberlinie „Hütts“, die als Vollkorn-Alternative zu Chips und Flips bei Bier und Wein gedacht ist. Das neue Produkt wurde 2019 auch gleich auf der weltgrößten Food-Handelsmesse Gulfood in Dubai gewürdigt. Die Linie erhielt den „Innovation Award“ in der Kategorie „Most Innovative Organic Product“. In diesem Jahr unterstreicht der Schwabacher sein Umweltsengagement und bringt wiederverschließbare Verpackungen für die Knäckebrötchen auf den Markt. Durch das neue Verpackungskonzept wird fast ein Drittel an Plastikfolie eingespart, das Monomaterial lässt sich zudem leichter recyceln. Auch von der neuen Cracker-Linie verspricht sich Karg positive Impulse für das Geschäft, die erste Resonanz vom Markt sei gut.

Karg inszeniert seine Produktwelten auch konsequent über diverse Kanäle in den sozialen Medien. Hierfür hat er bereits vor fünf Jahren eine Social-Media-Managerin eingestellt, um im Gespräch zu bleiben und Lust auf neue Produkte zu machen. „Man hat nichts zu verlieren“, sagt der umtriebige Unternehmer. Man müsse wie ein Start-up versuchen, aus Kundensicht zu denken. Wenn im Geschäft nichts vorwärts gehe, müsse man das ohne Scheuklappen anpacken. **(tt.)**

 www.dr-karg.de

BELTUP

Kreative in der Medizinbranche

■ Anfang 2018 entschieden sich die Agentur-Chefs Tom Laufer und Patrick Kraft, ihre Kernkompetenzen Außenwerbung, Event-Marketing und klassische Agenturdienstleistungen in der Beltup GmbH zusammenzulegen. Damals konnten die beiden allerdings noch nicht mit den Herausforderungen durch die Corona-Pandemie knapp zwei Jahre später rechnen. Mit dieser brach fast über Nacht das Tagesgeschäft weg, weil kaum noch in Wer-

„Der Eventler wurde zur Lagerkraft und der Grafiker zum Versandkollegen“, erinnert sich Laufer.

Waren es damals Stoffmasken, finden sich heute im Online-Shop von „deus21.de“ diverse medizinische Masken, Desinfektionsmittel, Handschuhe, Schutzkleidung und Schnelltests. Auch Luftreinigungsgeräte gehören zum Sortiment, die das Un-



Neues Betätigungsfeld: Geschäftsführer Tom Laufer mit den Luftreinigern, die das Unternehmen vertreibt.

bung investiert wurde. Die Event-Branche traf es mit den Corona-Maßnahmen noch schlimmer, denn sie führten zu einem kompletten Umsatz- und Ertragsausfall bei weiterlaufenden Fixkosten.

Bei Beltup beschloss man daraufhin, ins Geschäft mit Stoffmasken einzusteigen und stellte über das eigene Netzwerk einen ersten Kontakt zu einem Anbieter her – auch wenn diese neue unternehmerische Tätigkeit Risiken barg. „Es blieb uns nichts anderes übrig, wenn wir die Mitarbeiter und ihre Familien nicht im Stich lassen wollten“, sagt Geschäftsführer Tom Laufer, zumal das Unternehmen keine staatlichen Zuschüsse erhielt. So entstand die Beltup-Marke „deus21.de“. Als Medical-Care-Anbieter stellte man innerhalb weniger Monate ein Team für Einkauf, Vertrieb, Versand und Marketing sowie ein Netzwerk in Deutschland, Europa und Asien zusammen. Bei den Beschäftigten war Flexibilität gefragt: So kam es vor, dass der Plakatierer zum Bemustern von Stoffmasken nach Wien fahren musste.

ternehmen mit eigenem Label produzieren lässt. Zu den Kunden für den Medizinbedarf zählen u. a. die Stadt Nürnberg, Lebkuchen Schmidt und Apotheken. Darüber hinaus bietet Beltup Beratungsdienstleistungen zu Hygienekonzepten für Gastronomie, Events und Messen. Patrick Kraft hat sich dafür eigens bei der Dekra zum Hygieneberater ausbilden lassen. Nach rund einem Jahr in dem neuen Geschäftsfeld fällt die Bilanz positiv aus: Das Engagement habe sich gelohnt, denn wäre man beim ursprünglichen Kerngeschäft geblieben, wäre die Entwicklung sehr mau gewesen, erklärt Laufer. Man wolle den neuen Geschäftsbereich auch künftig beibehalten. In der Zwischenzeit habe man aber auch das Agentur-Kerngeschäft voran getrieben und an Projekten weitergearbeitet, die bisher in der Schublade lagen. Außerdem wurden Events wie die Netzwerkveranstaltung „Medientreff Nürnberg“ konzeptionell überarbeitet.

➔ www.deus21.de
www.projekt-mediengruppe.de

ANZEIGE

Sicherheit im großen Stil

„Schnell umdenken und flexibel sein“ – so lautet die Maxime für viele Firmen in Corona-Zeiten. „Seit über 13 Jahren beliefern wir als Großhändler vor allem Kitas und Schulen mit einem riesigen Sortiment an Kreativartikeln, Außenspielgeräten, Möbeln und Textilien.“

Mit Beginn der Pandemie fragten jedoch die Einkäufer von Alten- und Pflegeheimen sowie sozialen Einrichtungen vieler renommierter Träger nach Schutzausrüstungen, Masken und Schnelltests bei uns nach“, erklärt Boris Fähnrich, Geschäftsführer der Nürnberger Firma **Cartun**.

Durch das große und gut funktionierende Netzwerk an Lieferanten und Herstellern konnte Cartun sehr schnell diese sprunghaft wachsende Nachfrage zuverlässig befriedigen. Heute macht der aktuelle Virenschutz rund Dreiviertel aller Aufträge – auch von Firmen, die ihre Mitarbeiter schützen wollen – aus.

www.car-tun.de

ANTIGEN SCHNELLTEST FÜR IHR PERSONAL



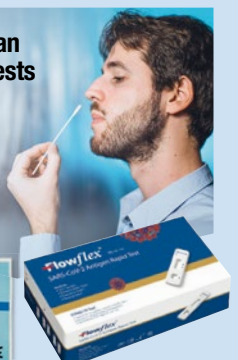
Alle Tests beim BfArM gelistet + Paul-Ehrlich-Institut evaluiert

Große Auswahl an Antigen-Selbsttests

ob Einzelpackung,
5er/25er-Packung

sofort lieferbar

ab
2,89* €



MASKEN (zertifiziert)

KN95/FFP2-Masken ab 0.19 €¹

Med. OP-Masken ab 0.06 €¹

¹Nettopreis pro Maske *bei 6750 Stück.

cartun

Hygiene + Virenschutz

Donaustr. 26 · 90451 Nürnberg
0911 70 403 100 · info@car-tun.de

metropol
region
nürnberg

KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.

TECHNISCHE HOCHSCHULE NÜRNBERG
GEORG SIMON OHM

INNOVATIONS
KUNST

PLATZ FÜR INNOVATIONSKÜNSTLERINNEN

Die Story von KI-Studentin Shila Rastizadeh
auf www.innovationskunst.de

Es klingt nach Magie, ist aber pure Innovation: Shila Rastizadeh kann Unsichtbares sichtbar machen. Die 29-jährige Studentin forscht an der Technischen Hochschule Nürnberg im Bereich Virtual Reality.

„Wenn Menschen hören, dass ich mit Virtual Reality arbeite, gehen sie automatisch davon aus, dass ich Videospiele designe. Dabei habe ich mit Games überhaupt nichts am Hut“, wundert sich Shila Rastizadeh. Die 29-Jährige studiert im Master of Applied Research der TH Nürnberg und forscht dabei im Bereich Virtual Reality (VR). Nicht ganz selbstverständlich, wenn man weiß, dass Shila Rastizadeh zunächst ein Design-Bachelorstudium an der TH Nürnberg absolviert hat. Dass sie sich nun für die angewandte Forschung in der Informatik entschieden hat, hat unter anderem mit ihren vielfältigen Interessen zu tun. So setzt sie sich intensiv mit menschlicher Wahrnehmung auseinander und überträgt ihr Wissen in die virtuelle Realität.

Als studentische Hilfskraft kam Shila zur Visualisierung von 3D-Daten im LEONARDO-geförderten Projekt Building Information Modelling for Visually Impaired People (BIMVIP). BIMVIP ermöglicht es sehbeeinträchtigten Menschen, durch den Einsatz von Virtual Reality unbekannte Räume und Gebäude vorab zu begehen. Shilas aktuelles Forschungsprojekt dreht sich um die Visualisierung von Luftströmen in der virtuellen Realität: „Ich finde es enorm wichtig zu wissen, was wir ein- und ausatmen, was uns umgibt, welche Schadstoffe wir in der Luft haben oder welche Unterschiede es zwischen Stadt- und Landluft gibt.“ Per VR könne man

PLATZ FÜR ...

VIRTUELLE WELTEN UND UNSICHTBARE DATEN

hervorragend sichtbar machen, welche Partikel sich um uns herum bewegen und welchen Einfluss unterschiedliche Faktoren darauf haben: sei es der Mensch, der Verkehr oder Tages- und Jahreszeiten. Komplexe und schwer greifbare Zusammenhänge lassen sich so besser nachvollziehen.

Nürnberg scheint dabei der perfekte Ort für die langjährige Münchnerin zu sein: „Nürnberg hat die ideale Größe: Man hat beruflich viel bessere Chancen, im eigenen Fachgebiet weiterzukommen und aufzusteigen. Ich wäre sicherlich nie so weit gekommen, wenn ich in München geblieben wäre.“ Nur in einem Punkt habe die Stadt noch Nachholbedarf, findet Shila: in Sachen Selbstbewusstsein. „In Nürnberg und der Metropolregion gibt es ein riesiges Spektrum an innovativen Einrichtungen und Unternehmen, ebenso im Kulturleben. Das darf man ruhig selbstbewusst nach außen zeigen.“

GESICHT ZEIGEN FÜR DIE METROPOLREGION NÜRNBERG

Die Imagekampagne „Platz für...“ stärkt die Anziehungskraft der Region für talentierte und engagierte Menschen aus aller Welt. Die Unternehmen und Kommunen der Region sind eingeladen, Teil dieser Kampagne zu sein. Grundbotschaft ist: Die Metropolregion Nürnberg bietet „Platz für“ die Verwirklichung unterschiedlichster Lebensmodelle. Menschen aus der Region erzählen deshalb ihre individuellen Geschichten.

Im Rahmen der Wirtschafts- und Wissenschaftsinitiative Innovationskunst stellen sich „Innovationskünstlerinnen und Innovationskünstler“ vor, die persönliche Einblicke in ihre Arbeit bei führenden Innovationstreiberinnen und Innovationstreibern der Region geben – so zum Beispiel Shila Rastizadeh von der TH Nürnberg.

Weitere Informationen im  **Podcast** unter www.innovationskunst.de und www.platzfuer.de

HÜTTINGER

Die Luft ist rein

Geschäftsführer Jörg Hüttinger (l.)
und der operative Leiter Marco Spiegl
mit einem der Lüftungsgeräte.



Die Kurt Hüttinger GmbH & Co. KG in Schwaig ist eigentlich auf Konzeption, Design und Bau von interaktiven Installationen und Ausstellungen spezialisiert. Darauf hatte sich das Unternehmen, das vor 100 Jahren als Elektrotechnik-Ingenieurbüro in Fürth gegründet worden war, in den letzten 20 Jahren konzentriert. Doch infolge der Corona-Pandemie stieg im Museums- und Ausstellungsbereich die Nachfrage nach Konzepten zur Luftreinigung in Ausstellungsräumen. Deshalb entschied sich die Firma, selbst Luftreiniger-Systeme zu entwickeln und diese als eigenständigen Teil der Produktpalette anzubieten. Sie sollen mit ihrer Filtertechnik Aerosole und die damit verbundene Infektionsgefahr in geschlossenen Räumen verringern.

Anwendungsbereiche sind nicht nur Museen und Messen, wo Hüttinger mit seinen Ausstellungskonzepten normalerweise unterwegs ist. Die Geräte sind auch zur Verwendung in Schulen und Kindergärten, Arztpraxen, Sport- und Freizeiteinrichtungen sowie Alten- und Pflegeheimen vorgesehen, außerdem auch in der Wirtschaft, etwa in Hotel und Gastronomie, Einzelhandel und Bürogebäuden. Bei der Entwicklung und Fertigung der Geräte greift Hüttinger auf die hauseigene Expertise in den Bereichen Technik, Design und Programmierung zurück, die die Fachleute des Unternehmens sonst bei interaktiven Ausstellungen einbringen.

www.huettinger.de, www.luftklar.de



MARMORSAAL

Mieten Sie den Marmorsaal als Raum für Pressekonferenzen · Vorträge · Tagungen · Seminare · Präsentationen · Familienfeste · Workshops – und als Raum zum Feiern – denn auch feiern wird wieder möglich sein!

Der barrierefrei erreichbare Marmorsaal bietet eine Fläche von circa 240 m². Die Möblierung mit bis zu 200 Stühlen und 30 Tischen ermöglicht sowohl Sitzgruppen mit Tischen, aber auch Bestuhlung für Vorträge und Seminare wie Frontalbestuhlung zum Rednerpult, parlamentarische Tisch- und Stuhlanordnung und Round-Table-Konferenz.

Der Marmorsaal verfügt über eine moderne Rückprojektionsanlage mit Anschlussmöglichkeiten für alle gängigen Medien.

Der Saal bietet variable Beleuchtungsmöglichkeiten, er ist stufenlos zu verdunkeln. Zur Umrahmung von gesellschaftlichen und feierlichen Ereignissen steht ein Schiedmayer & Söhne-Flügel bereit. Wir freuen uns auf Ihre Buchung.



PRESECLUB NÜRNBERG

Presseclub Nürnberg
NÜRNBERGER Akademie
Gewerbemuseumsplatz 2

Telefon 09 11 80 04-2 00
Telefax 09 11 80 04-2 01

gs-presseclub-nuernberg@odn.de
www.presseclub-nuernberg.de





OPEL GEWERBEWOCHEN BEI SCHARF



Alle Kosten fest im Griff,
denn diese Angebote sind inklusive:

- » Inspektionen und Wartungsarbeiten
- » Verschleißbedingte Reparaturen
- » TÜV-Untersuchung

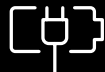
Unser Tipp für Pflegedienste

Opel Corsa-e

100 kW (136 PS), Automatik, Verkehrsschild- und Müdigkeitserkennung, Spurhalteassistent, digitaler Radioempfang, Bluetooth, elektrische Parkbremse, Klimaautomatik u. v. m.

Monatlich ohne Anzahlung^{1/2}

99 EUR netto



Stromverbrauch³ kombiniert: 16,8 kWh/100 km; CO₂-Emission kombiniert: 0 g/km (gemäß VO (EG) Nr. 715/2007, VO (EU) Nr. 2017/1153 und VO (EU) Nr. 2017/1151); Effizienzklasse: A+.

Opel Combo Cargo 1.5 Diesel

56 kW (76 PS), Parkpilot, geschlossene Trennwand, Flügeltüren verblecht, asymmetrisch geteilt, 180°-Öffnungswinkel, Radio BT mit Bluetooth-Freisprechanlage, elektrische Fensterheber, 2 Sitze u. v. m.

Monatlich ohne Anzahlung¹

119 EUR netto

Kraftstoffverbrauch³ in l/100 km, innerorts: 4,7; außerorts: 3,9; kombiniert: 4,2; CO₂-Emissionen, kombiniert in g/km: 111 (gemäß VO (EG) Nr. 715/2007, VO (EU) Nr. 2017/1153 und VO (EU) Nr. 2017/1151). Energieeffizienzklasse: A.

Opel Vivaro S Cargo 1.5 Diesel

75 kW (102 PS), Parkpilot, Radio mit Bluetooth, Schiebetür auf der Beifahrerseite, Heckflügeltüren verblecht, 180°-Öffnungswinkel, beheizte Scheibenwaschdüsen, geschlossene Trennwand ohne Fenster u. v. m.

Monatlich ohne Anzahlung¹

149 EUR netto

Kraftstoffverbrauch³ in l/100 km, innerorts: 5,4; außerorts: 4,7; kombiniert: 4,9; CO₂-Emissionen, kombiniert in g/km: 130 (gemäß VO (EG) Nr. 715/2007, VO (EU) Nr. 2017/1153 und VO (EU) Nr. 2017/1151). Energieeffizienzklasse: A.

Opel Movano L1/H1 2.3 Diesel

100 kW (136 PS), Parkpilot, Radio mit Bluetooth, Schiebetür auf Beifahrerseite, Heckflügeltüren verblecht, 180°-Öffnungswinkel, automatisches Abblendlicht, Regensensor, Toter-Winkel-Spiegel, Trennwand ohne Fenster u. v. m.

Monatlich ohne Anzahlung¹

239 EUR netto

Kraftstoffverbrauch³ in l/100 km, innerorts: 7,5; außerorts: 6,7; kombiniert: 7,2; CO₂-Emissionen, kombiniert in g/km: 177 (gemäß VO (EG) Nr. 715/2007, VO (EU) Nr. 2017/1153 und VO (EU) Nr. 2017/1151). Energieeffizienzklasse: A+

Scharf

Nürnberg

Neuburger Straße 20
0911-32434-69

opel-scharf-nuernberg.de

Lauf

Neunkirchener Straße 51
09123-9674-74

Herzogenaurach

Ringstraße 40
09132-7818-20

J. Scharf Automobile GmbH & Co. KG

1) Laufzeit in Monaten / Lauffleistung in km pro Jahr / Anzahlung / mtl. Leasingrate inkl. Leasing sponsoring / Gesamtkreditbetrag / Leasingfaktor in %: Corsa-e: 36/5.000/7.140 € BAFA-Prämie/99 €/23.466,39 €/0,4550; Combo Cargo: 36/10.000/0 €/119 €/17.880 €/0,7990; Vivaro S Cargo: 36/10.000/0 €/149 €/26.170 €/0,6580; Movano Cargo: 36/10.000/0 €/239 €/31.570 €/0,8310. Netto-Leasingangebote der Opel Bank S. A., Niederlassung Deutschland, PKZ 98-01, Mainzer Straße 190, 65428 Rüsselsheim am Main, für die wir als ungebundener Vertreter tätig sind (zzgl. Überführungskosten 839 € netto) 2) BAFA-Innovationsprämie bereits berücksichtigt. 3) Die angegebenen Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte wurden nach dem vorgeschriebenen WLTP-Messverfahren ermittelt und in NEFZ-Werte umgerechnet. Abbildungen zeigen Sonderausstattungen. Irrtum, Änderungen und Zwischenverkauf vorbehalten. Angebote gültig bis 30.05.2021. Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Angebote gelten ausschließlich für Gewerbekunden.

Aktuelle Informationen zu Beratung & Verkauf finden Sie auf unserer Homepage



PERSONALIEN | AUSZEICHNUNGEN



Foto: Anna Seibel

Nadine Vicentini hat die Geschäftsführung der Bayern Design GmbH in Nürnberg übernommen, einem Kompetenzzentrum für Gestaltung des Freistaates Bayern. In den vergangenen Jahren war sie in den Bereichen Markenentwicklung und Designstrategie sowie als Business Coach selbstständig tätig. Vincentinis Vorgängerin **Dr. Silke Claus**, die die Einrichtung von 2009 bis 2020 geleitet hatte, war im September vergangenen Jahres im Alter von 55 Jahren verstorben (www.bayern-design.de).

Bei der KT-Reisedienst GmbH & Co. KG in Nürnberg hat **Christian Lambert** (Bild) die Geschäftsführung von **Thomas Kutter** übernommen.



Foto: Privat

Dieser hatte das Unternehmen 17 Jahre geleitet (www.flights-and-more.com).

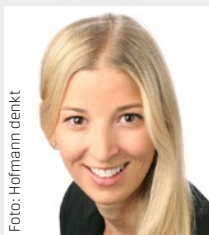


Foto: Hofmann denkt

Petra Steiner ist zur Geschäftsführerin der Friedrich Hofmann Betriebsgesellschaft mbH in Büchenbach ernannt worden. Sie leitet das Unternehmen nun zusammen mit **Rainer Hofmann**. Steiner ist bereits seit 15 Jahren in verschiedenen Führungspositionen für den Entsorgungsdienstleister tätig (www.hofmann-denkt.de).

Die Genossenschaften in Mittelfranken haben **Dr. Gerhard Walther**, Vorstandsvorsitzender der VR-Bank Mittelfranken West eG, zum neuen Bezirkspräsidenten des Genossenschaftsverbands Bayern gewählt. Seine Stellvertreter sind **Swen Heckel**, Vorstandsvorsitzender der Raiffeisenbank Hersbruck eG, und **Dr. Robert Mayr**, Vorstandsvorsitzender der Datev eG. Walther engagiert sich auch ehrenamtlich als IHK-Vizepräsident und Vorsitzender des

IHK-Gremiums Rothenburg o.d. Tauber. Heckel steht dem IHK-Gremium Hersbruck vor (www.gv-bayern.de/verband/regional/mittelfranken).

Rainer von Borstel, bislang Vorstandsmitglied der Diehl Stiftung & Co. KG in Nürnberg und Bereichsvorstandssprecher des Teilkonzerns Diehl Aviation, ist auf eigenen Wunsch aus dem Unternehmen ausgeschieden und in den Ruhestand gegangen. Er war seit 2010 für Diehl tätig. Von Borsstels Funktion als Bereichsvorstandssprecher übernimmt **Josef Köcher** zusätzlich zu seinem Amt als operativer Vorstand bei Diehl Aviation. Damit ist Köcher auch im Diehl-Vorstand vertreten (www.diehl.com).

Marcus Steurer, Geschäftsführer der Infra Fürth GmbH, ist in den Bayerischen Klimarat berufen worden. Das Gremium wird vom Bayerischen Umweltministerium für drei Jahre berufen und berät die Staatsregierung zu Fragen des Klimawandels und Klimaschutzes (www.infra-fuerth.de).

Die Nürnberger Niederlassung der **E. Breuninger GmbH & Co.** in Stuttgart hat den „Retail Technology Award 2021“ erhalten. Das Kölner Forschungs- und Bildungsinstitut EHI Retail Institute verlieh die Auszeichnung in der Kategorie „Best Customer Service“ (www.e-breuninger.de/de/haeuser/nuernberg).

Die **Hofladenbox GmbH & Co. KG** in Roßtal hat beim europäischen Wettbewerb „Rural Inspiration Award 2021“ in der Kategorie „Digital Futures“ gewonnen. Der Preis



Foto: Hofladenbox

des „Europäischen Netzwerks für die Entwicklung des ländlichen Raums“ zeichnet Konzepte aus, die nachhaltig die Digitalisierung in der Landwirtschaft und in ländlichen Gemeinden fördern. Auf dem Foto: die Gründerinnen Birgit Wegner (l.) und Marika Schalk (www.hofladenbox.de).

Zwei Firmen aus Mittelfranken haben die Auszeichnung „energieeffizienzgewinner 2020“ erhalten, mit der die Kompetenzinitiative Energieregion Nürnberg e. V. unternehmerische Vorbilder in den Bereichen Klimaschutz und Energieeffizienz ehrt. Zu den Preisträgern gehören die **Fontana GmbH & Co. KG** in Fürth und die **Rudolf Wöhrl SE** in Nürnberg (www.energieeffizienzgewinner.de).

Die **Feser, Graf & Co. Automobil Holding GmbH** in Nürnberg hat den „Seat Top Dealer Award 2021“ in der Kategorie „Gesamtper-



Foto: Alex Schelbert

formance“ erhalten. Die Geschäftsführer Uwe Feser (l.) und Markus Kugler nahmen die Siegerurkunde bei der Preisverleihung entgegen (www.feser-graf.de).

Die **GCD-Printlayout GmbH** in Erlangen hat als erstes Unternehmen in Mittelfranken das neue, vom Bundesbildungsministerium geförderte Siegel „Wir fördern Anerkennung“ erhalten. Es zeichnet Unternehmen aus, die ausländische Fachkräfte bei der Berufsanerkennung unterstützen, und wurde vom DIHK und dem Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) initiiert (www.unternehmen-berufsanerkennung.de).



68

Gillig + Keller: Uffenheimer Unternehmen baut Hallen, Ställe und Bürogebäude.



76

Volks- und Raiffeisenbanken: Gut durch die Corona-Krise gekommen.

Unternehmen

N-ERGIE

Erstes Pandemie-Jahr gut überstanden

■ Die N-Ergie AG hat sich im vergangenen Geschäftsjahr behaupten können: Der Nürnberger Energieversorger hat nach eigenen Angaben die Auswirkungen der Corona-Pandemie trotz merklicher Folgen gut verarbeitet. Das Unternehmen setzte im letzten Jahr rund 2,3 Mrd. Euro um, ein Plus von 1,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zwei Drittel davon entfielen auf Erlöse aus Stromlieferungen. Das Ergebnis der Geschäftstätigkeit ging 2021 um 4,5 Prozent auf rund 129 Mio. Euro zurück, die Bilanzsumme erhöhte sich dagegen um 5,5 Prozent auf 2,2 Mrd. Euro. Der Energieversorger konnte über 72 Mio. Euro an das Tochterunternehmen Städtische Werke Nürnberg GmbH ausschütten, die Thüga Aktiengesellschaft erhielt eine Ausgleichszahlung von knapp 32 Mio. Euro. Als Gewinnrücklage wurden 18 Mio. Euro dem Eigenkapital zugeführt.

Der Stromabsatz der N-Ergie reduzierte sich letztes Jahr um rund vier Prozent auf knapp 16 Mrd. Kilowattstunden. Der Erdgasabsatz sank um gut fünf Prozent auf etwas mehr als 15 Mrd. Kilowattstunden, der Fernwärmeabsatz blieb mit rund einer Mrd. Kilowattstunden etwa gleich. Der Absatz von Wasser sank um 2,6 Prozent auf rund 32 Mio. Kubikmeter.

Für 2021 lassen sich die wirtschaftlichen Belastungen laut N-Ergie noch nicht abschätzen. So habe der Lockdown Einfluss auf den Energieverbrauch und die Zahlungsfähigkeit der Kunden. Angesichts der Unsicherheiten erwartet das Unternehmen für 2021 ein deutlich geringeres Ergebnis als im letzten Jahr.

 www.n-ergie.de



Foto: N-Ergie

Das Hochhaus am Plärrer ist Sitz der N-Ergie AG.

Wir gestalten nicht nur **LebensRäume,**



wbg

Nürnberg Immobilien

wir betreuen auch ganzheitlich und individuell Ihre Wohn- und Gewerbeobjekte und bieten hierbei eine vollumfassende Verwaltung an.

Erfahren Sie mehr:



wbg.nuernberg.de/service/immobilienfremdverwaltung

GILLIG + KELLER

Die Hallenmeister

Das Unternehmen in Uffenheim baut großflächige Stahlgebäude für Firmen und landwirtschaftliche Betriebe.

Logistik- und Produktionshallen, Gewerbegebäude, landwirtschaftliche Ställe, Biogasanlagen und Lagerhallen: Bauten wie diese sind das Spezialgebiet der Gillig + Keller GmbH in Uffenheim. Das Unternehmen mit rund 100 Beschäftigten übernimmt den kompletten Prozess: „Wir stellen den Bauantrag, kümmern uns um die Statik sowie die Ausführungspläne und bauen dann die Gebäude mit Türen, Toren und Fenstern“, zählt Geschäftsführer Andreas Keller auf. „Nur den Innenausbau übernehmen wir nicht.“ Das Unternehmen erledigt ebenso Betonarbeiten, mache aber auch mit anderen Gewerken gemeinsame Sache – je nach Kundenwunsch, sagt Keller, der seit sieben Jahren im Betrieb ist. Er hat in Stuttgart Bauingenieurwesen studiert und dort das Rüstzeug für seine tägliche Arbeit bekommen. Das Berufsbild selbst sei im ständigen Wandel und es bedeute, sich immer wieder an neue Gegebenheiten anzupassen, erklärt der Firmenchef. „Mir war schon relativ früh klar, dass ich ins Unternehmen einsteigen möchte.“ Schon als Schüler habe er

festgestellt, dass ihm der technische Bereich sehr liege. Den Betrieb leitet er nun zusammen mit seinem Vater Erwin Keller. Sein Bruder Johannes Keller ist ebenfalls im Familienunternehmen tätig und zuständig für die Buchhaltung.

Angefangen hat Gillig + Keller als Zwei-Mann-Betrieb in einem kleinen Büro im fränkisch geprägten Creglingen in Baden-Württemberg. Heute hat das Unternehmen über 40 Jahre Erfahrung im Planen und Bauen von Stahlhallen. Die erste Halle mietete der Betrieb 1980 am heutigen Standort in Uffenheim, zwei Jahre später folgte der Bau der ersten eigenen Halle. „Wir sind seitdem kontinuierlich gewachsen“, sagt Andreas Keller. Mittlerweile sind es vier Hallen am Standort und ein Verwaltungsgebäude. In Mihla in Thüringen, nicht weit entfernt von Eisenach, befindet sich die Produktion des Unternehmens, dort fertigen Mitarbeiter die Stahlteile. „Das ist unsere verlängerte Werkbank“, so der Geschäftsführer. Die Planung, Verwaltung und Logistik findet in Uffenheim statt.

Foto: Diane Mayer



Geschäftsführer
Andreas Keller.



Foto: Gillig + Keller

In luftiger Höhe montieren Mitarbeiter von Gillig + Keller Stahlteile für ein Hallengebäude.

Das wirklich Spannende seien aber die Baustellen selbst, sagt er.

Auf dem Betriebsgelände in Uffenheim lagern die Stahlbauteile für die nächsten Aufträge, insgesamt baut das Unternehmen 60 bis 70 Hallen im Jahr. „Jedes Gebäude ist anders, jede Halle individuell auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten“, erklärt Andreas Keller. Die Auftragslage sei derzeit sehr gut, durch Corona habe es keine größeren Einbußen gegeben. Nur während des ersten Lockdowns im März des vergangenen Jahres habe kein Vertrieb mehr stattgefunden und einige Mitarbeiter seien in Kurzarbeit gewesen. „Ab Mai ging es nahtlos weiter, wir sind gut durchgekommen“, sagt Keller. Sorge bereite ihm im Moment der stark steigende Stahlpreis, der die Einkaufskosten deutlich nach oben schnellen lasse, und die fehlenden Fachkräfte – vor allem Bauleiter und Statiker. Die ländliche Region sei ein Problem, um geeignetes Personal nach Uffenheim zu lo-

cken. „Wir haben viele Pendler bei uns im Unternehmen beschäftigt, die aus Ansbach, Würzburg oder Kitzingen kommen“, sagt Andreas Keller. Der Betrieb bildet aber auch Bürokaufleute und Bauzeichner aus, um sich den Nachwuchs an Fachkräften zu sichern.

Neue Anforderungen im Stallbau

Was das Unternehmen zudem beschäftigt, ist der Wandel im Bereich der Landwirtschaft. Um die Haltungsbedingungen in den Ställen zu verbessern, setzen viele Landwirte auf Auslaufzonen für die Tiere, erklärt Keller. Die Steigerung des Tierwohls sei eine der größten Herausforderungen im Bereich des Stallbaus. Die Ställe in der heutigen Zeit benötigen daher mehr Platz und Lichtflächen, so der Geschäftsführer. Seine landwirtschaftlichen Kunden stammen aus ganz Deutschland, der Ukraine und der Schweiz, im Bereich Stahlbau liege das Einzugsgebiet in einem Umkreis von 200 Kilometern.

Auf dem Betriebsgelände lagern Bauteile für die nächsten Aufträge.



Foto: Diane Mayer

Die meisten Kunden seien kleine Betriebe und Mittelständler, aber auch Privatleute gehören zu den Abnehmern: „Wir haben für einen Geschäftsführer eines bekannten Unternehmens eine Halle gebaut, um seine zahlreichen Oldtimer unterzubringen“, verrät Andreas Keller. Das Unternehmen biete aber auch Komplettlösungen. Im nur ein paar Kilometer entfernten Gollhofen beispielsweise habe der Betrieb ein schlüsselfertiges Bürogebäude umgesetzt. Die Größe der Bauten beginne bei 150 und ende bei 3 000 Quadratmetern. Größer seien die meisten Hallen nicht, weil es dann für den Kunden beim Brandschutz zu teuer und aufwändig werde, erklärt Keller. „Die Kosten für eine Halle beginnen bei 60 000 Euro und können jenseits der Millionengrenze liegen“, sagt er. **(dm.)**

 www.gilligundkeller.de

Hyundai Gewerbewochen bei Scharf

Elektrifizierend günstig

Unser Tipp für
Pflegedienste –
der Hyundai i10



Aktuelle Informationen zu Beratung & Verkauf finden Sie unter www.hyundai-scharf.de

Hyundai i10 1.0 Cool & Sound

49 kW (67 PS), Klimaanlage, DAB-Stereoanlage, Bluetooth-Freisprecheinrichtung, Zentralverriegelung, Spurhalteassistent, Notbremsassistent, 5 Jahre Garantie* u. v. m.

Monatlich ohne Anzahlung^{1/2}

79 EUR netto

Kraftstoffverbrauch³ in l/100 km, innerorts: 5,3; außerorts: 4,1; kombiniert: 4,5; CO₂-Emissionen, kombiniert in g/km: 104. Energieeffizienzklasse: C.

Hyundai SANTA FE 1.6 T-GDI Plug-in-Hybrid

195 kW (265 PS), Automatik, Navi mit Krell Premium Soundsystem, Notbremsassistent, Klimaautomatik, Parkpilot, LED-Scheinwerfer, 19"-Leichtmetallfelgen, Rückfahrkamera, 8 Jahre Garantie** u. v. m.

Monatlich ohne Anzahlung^{1/2}

274 EUR netto

Kraftstoffverbrauch³ kombiniert; 1,5 l/100 km; Stromverbrauch³ kombiniert: 16,3 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 34 g/km; Energieeffizienzklasse: A+.

Hyundai TUCSON 1.6 T-GDI Plug-in-Hybrid

195 kW (265 PS), Automatik, 19"-Leichtmetallfelgen, digitales Cockpit, Klimaautomatik, Parkpilot, Fahrersitz mit Lendenwirbelstütze, getönte Heckscheiben, DAB+-Stereoanlage, 8 Jahre Garantie** u. v. m.

Monatlich ohne Anzahlung^{1/2}

236 EUR netto

Der neue Hyundai TUCSON 1.6 T-GDI Plug-in-Hybrid wurde noch nicht für den deutschen Markt homologiert und das Fahrzeug ist noch nicht im Verkauf. Die Homologation und die Kraftstoffverbrauchermittlung der deutschen Länderausführung erfolgen im Rahmen der Markteinführung.

Hyundai KONA Elektro MY21

100kW(136PS), Klimaautomatik, digitales Cockpit, DAB+-Stereoanlage, aktiver Spurhalteassistent, Bluetooth-Freisprecheinrichtung, Rückfahrkamera, Parkpilot, Notbremsassistent, 17"-Leichtmetallräder, 8 Jahre Garantie** u. v. m.

Monatlich ohne Anzahlung^{1/2}

77 EUR netto

Stromverbrauch³ kombiniert: 14,3 kWh/100 km; CO₂-Emission kombiniert: 0 g/km; Effizienzklasse: A+.

Scharf

Nürnberg

Neuburger Str. 20
0911/32434-69

www.hyundai-scharf.de

Nürnberg

Leyher Str. 79
0911/32434-58

J. Scharf Automobile GmbH & Co. KG

HYUNDAI

5 Jahre
Garantie ohne
Kilometerlimit*

8 Jahre
Garantie**

* Fahrzeuggarantie ohne Aufpreis und ohne Kilometerlimit: Die Hyundai Herstellergarantie mit 5 Jahren Fahrzeuggarantie (3 Jahre für serienmäßiges Car-Audio-Gerät inkl. Navigation bzw. Multimedia sowie für Typ-2-Ladekabel und 2 Jahre Bordnetz-Batterie), 5 Jahren Lackgarantie (gemäß den jeweiligen Bedingungen im Garantie- und Serviceheft), 5 kostenlosen Sicherheits-Checks in den ersten 5 Jahren gemäß Hyundai Sicherheits-Check-Heft. Die 5-jährige Herstellergarantie für das Fahrzeug gilt nur, wenn diese ursprünglich von einem autorisierten Hyundai Vertragshändler an einen Endkunden verkauft wurde. Zudem 5 Jahre beziehungsweise für die Hyundai Elektro-, Hybrid-, Plug-in-Hybrid- und Wasserstoff-Modelle 8 Jahre Mobilitätsgarantie mit kostenlosem Pannendienst und Abschleppdienst (gemäß den jeweiligen Bedingungen im Garantie- und Serviceheft).

** Ohne Aufpreis und ohne Kilometerlimit greift für den KONA Elektro und IONIQ Elektro im Anschluss an die Hyundai Herstellergarantie zusätzlich die 3-jährige Anschlussgarantie der Real Garant Versicherung AG (Stroh-gäustraße 5, 73765 Neuhausen). Die Leistungen der Anschlussgarantie weichen von der Herstellergarantie ab (Details hierzu für den KONA Elektro unter <https://www.hyundai.de/garantiebedingungen> und für den IONIQ Elektro unter <https://www.hyundai.de/garantiebedingungen-ioniq>). Garantie für die Hochvolt-Batterie ohne Aufpreis für KONA Elektro: 8 Jahre oder bis zu 160.000 km bzw. für KONA Hybrid, IONIQ Elektro, IONIQ Plug-in-Hybrid und NEXO bis zu 200.000 km, je nachdem was zuerst eintritt. Für Taxis und Mietwagen gelten generell abweichende Regelungen gemäß den Bedingungen des Garantie- und Servicehefts.

1) Laufzeit in Monaten / Laufleistung in km pro Jahr / Anzahlung / voraussichtlicher Gesamtbetrag / mtl. Leasingrate inkl. Leasingbonus / Nettokreditbetrag / Sollzinssatz in % / eff. Jahreszins in %: i10: 48/5.000/0 €/ 4.754,40 €/79 €/11.294,12 €/3,92/3,99; TUCSON Plug-in-Hybrid: 48/5.000/4.500 € BAFA-Prämie/16.796,16 €/236 €/35.588,24 €/1,97/1,99; SANTA FE Plug-in-Hybrid: 48/5.000/3.750 € BAFA-Prämie/17.901,84 €/274 €/ 46.848,74 €/1,97/1,99; KONA Elektro: 24/5.000/6.000 € BAFA-Prämie/8.350,08 €/77 €/29.957,99 €/0,98/0,99. Netto-Leasingangebote der HYUNDAI Finance, ein Geschäftsbereich der Hyundai Capital Bank Europe GmbH, Friedrich-Ebert-Anlage 35-37, 60327 Frankfurt am Main, für die wir als ungebundener Vertreter tätig sind (zzgl. Überführungskosten 714,29 € netto). 2) BAFA-Innovationsprämie bereits berücksichtigt. 3) Die angegebenen Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte wurden nach dem vorgeschriebenen WLTP-Messverfahren ermittelt und in NEFZ-Werte umgerechnet. Abbildungen zeigen Sonderausstattungen. Irrtum, Änderungen und Zwischenverkauf vorbehalten. Angebote gültig bis 30.05.2021. Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Angebote gelten ausschließlich für Gewerbekunden.

NÜRNBERGER VERSICHERUNG

Große Herausforderungen durch Corona



Foto: Nürnberger

Der Firmensitz der Nürnberger Versicherung in der Ostendstraße.

■ Die Corona-Pandemie hat die Nürnberger Versicherung vor große Herausforderungen gestellt, die sie aber nach eigenen Angaben erfolgreich bewältigt hat. Das gab das Unternehmen bei der Vorstellung des Geschäftsberichts bekannt. So habe man Konzernergebnis, gebuchte Beiträge und Neugeschäft deutlich steigern können. Stabil blieb die Zahl der rund sechs Mio. Versicherungsverträge und der Konzernumsatz von rund 4,6 Mrd. Euro, der sich aus gebuchten Bruttobeiträgen, Erträgen aus Kapitalanlagen und Provisionserlösen zusammensetzt. Für Leistungen aus der Betriebschließungsversicherung kamen Zahlungen in einem

mittleren zweistelligen Millionenbereich zusammen. Laut Vorstandsvorsitzendem Dr. Armin Zitzmann sei dies das größte Schadenereignis in der Geschichte der Nürnberger. Insgesamt stiegen die Aufwendungen für Versicherungsfälle für eigene Rechnung um 55 Mio. Euro auf rund 2,5 Mrd. Euro. Die Dachgesellschaft des Konzerns, die Nürnberger Beteiligungs-AG, verzeichnete mit 46 Mio. Euro einen gegenüber dem Vorjahr unveränderten Überschuss. Deshalb will der Versicherer eine Dividende von 3,30 Euro pro Aktie vorschlagen. Die Zahl der Beschäftigten stieg leicht auf 4 643, darunter rund 130 Auszubildende.

Bei der Entwicklung neuer Produkte will sich die Nürnberger auf Leistungen wie Einkommenschutz und gewerbliche Versicherungen fokussieren. „Um unseren Kunden den passenden Schutz anzubieten, müssen wir nicht alles selbst entwickeln, sondern setzen künftig verstärkt auf Kooperationen“, so Zitzmann. Schon seit Längerem arbeitet die Nürnberger u. a. mit der Uelzener und der Würzburger zusammen, hinzu kommt eine Kooperation mit dem Versicherer Die Bayerische. Außerdem ist die Nürnberger mit Start-ups wie Worksurance im Austausch. Das Insurtech-Unternehmen Getsurance – spezialisiert auf den digitalen Vertrieb einfacher Lebensprodukte – wurde von der Nürnberger ganz übernommen.

www.nuernberger.de

GEIS

Zufrieden trotz Corona-Jahr



Foto: Geis

■ Die Hans Geis GmbH + Co KG, Bad Neustadt/Nürnberg, hat das vergangene Geschäftsjahr trotz Corona-Pandemie positiv abgeschlossen: 2020 erzielte der international tätige Logistikdienstleister einen Nettoumsatz von rund einer Mrd. Euro.

Die Geschäftsführer Hans-Georg Geis und Wolfgang Geis zeigten sich sowohl mit der Entwicklung des Umsatzes als auch des Ergebnisses zufrieden. Zwar ging der Umsatz der Geis-Gruppe leicht um 3,3 Prozent im Vergleich zu 2019 zurück. Jedoch veräußerte das Unternehmen zum Jahreswechsel 2019/2020 seine Paketdienste in Tschechien und der Slowakei. Um diesen Effekt bereinigt, erreichte Geis ein Umsatzplus von fast fünf Prozent.

Wachstumstreiber waren vor allem die Luftfracht mit Importen von Hygiene- und Schutzmaterial sowie der gesamte B2C-Bereich, also die Lieferungen an Endkunden. So stieg die Zahl der an den europaweit 127 Geis-Standorten abgewickelten Transport- und Logistikaufträge um mehr als acht Prozent auf knapp elf Mio. Die transportierte Tonnage ging um rund drei Prozent auf knapp 5,9 Mio. Tonnen zurück. Für 2021 sind die Geschäftsführer zuversichtlich, ein „Ergebnis auf stabilem Niveau“ erzielen zu können. Bei der Geis-Gruppe arbeiten derzeit rund 6 100 Beschäftigte. In Mittelfranken ist der Logistiker mit Standorten in Nürnberg, Fürth, Erlangen, Feuchtwangen und Dombühl vertreten.

www.geis-group.com

Leistungsstarke Lösungen zur sicheren Standortvernetzung

Was haben Home-Office, Industrie 4.0 und Cloud-Computing gemeinsam? Richtig, sie verursachen ein rasantes Datenwachstum, beschleunigen die Digitalisierung und untermauern die Bedeutung einer leistungsfähigen IT-Landschaft für zahlreiche Unternehmen.

IT-Entscheider und Netzwerkstrategen rücken daher aktuell eine zentrale Frage in den Fokus: Wie kann ich eine schnelle und sichere Datenübertragung sicherstellen und wie vernetze ich mein Unternehmen zuverlässig – sowohl mehrere Standorte miteinander, als auch in Form von Rechenzentrums-Kopplungen oder dedizierter Festverbindungen in die Cloud?

Bayerns führender Glasfaser-Anbieter M-net gibt einen Überblick über drei entscheidende Lösungen, mit deren Hilfe die Standortvernetzung definitiv gelingt – nicht zuletzt dank seines leistungsstarken Bayernrings, einem der modernsten und performantesten Backbones der Branche mit einer Transportkapazität von bis zu 76 Tbit/s auf einer Glasfaser sowie einer Latenz im einstelligen Millisekundenbereich, von der M-net Kunden besonders profitieren.

Exklusiver Highway zu Amazon und Co.

In der Ära der Digitalisierung geht es nicht mehr nur um die Frage, wie Standorte oder Mitarbeitende vernetzt werden können. Es geht auch um den direkten und schnellen Weg zu den großen Cloud-Plattformen wie Amazon Web Services, Microsoft Azure, Oracle oder Google Cloud. Um möglichst viele Cloud Service Provider anbinden zu können, kooperiert M-net mit dem DE-CIX in Frankfurt, einem der größten Internetkno-

ten weltweit. Dem Bitkom zu Folge nutzten im Jahr 2019 drei von vier Unternehmen (76 Prozent) in Deutschland Rechenleistungen aus der Cloud – Trend steigend. Cloud-Computing ist eine grundlegende Technologie für das Geschäft von morgen. Warum sich also nicht schon jetzt einen Wettbewerbsvorteil verschaffen und direkt mit den Cloud Service Providern (CSP) verbinden? Genau dafür steht das brandneue Produkt **M-net Connect-Cloud**. Die dedizierte Verbindung zwischen Unternehmen und Cloud-Dienstleister ist abgekoppelt vom öffentlichen Internet und damit sicher vor DDoS-Angriffen, also vor systematischen Angriffen auf die Netz-Infrastruktur, die hohe Schäden für Unternehmen zur Folge haben können.

Garantierte Bandbreite, geringe Latenzen sowie kurze Paketlaufzeiten und damit eine hervorragende User Experience sind nur einige der Merkmale, welche Connect-Cloud auszeichnet.

Standorte oder Rechenzentren sicher verbinden

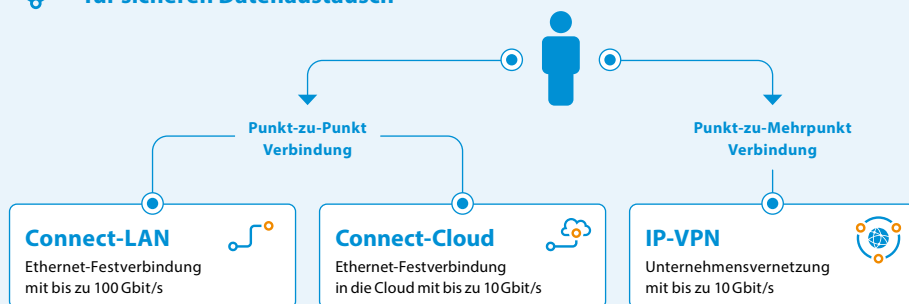
Ideal für mittlere und große Unternehmen, die eine einfache und zuverlässige Vernetzung von zwei Standorten oder Rechenzentren per Ethernet suchen, ist das Produkt **M-net Connect-LAN** geeignet. Die Punkt-zu-Punkt-Verbindung bietet garantierte Bandbreiten bis zu 100 Gbit/s und

kann für Rechenzentrums-Kopplungen sowie zur Übertragung von Echtzeitdaten wie Videokonferenzen und IP-Telefonie genutzt werden. Die optional verfügbare Layer-2-Verschlüsselung auf MACsec-Basis stellt Vertraulichkeit, Authentizität und Integrität der zu übertragenden Daten sicher. Die Option kann für Glasfaser-Verbindungen bis zu 10 Gbit/s genutzt werden.

Bundesweite Vernetzung mehrerer Standorte

Wer eine Unternehmensvernetzung auf Basis eines IP/MPLS-Backbones sucht, für den hat M-net genau die passende Komplettlösung im Portfolio: **M-net IP-VPN**. Dabei handelt es sich um eine Komplettlösung, bei der M-net alles aus einer Hand bietet – Anschlüsse, Endgeräte, Konfiguration, Service und Management. Durch die vollkommene Trennung vom öffentlichen Internet (über MPLS-Dienste) sind eine hohe Verfügbarkeit und Datensicherheit gewährleistet. Je nach Bandbreitenbedarf (bis 10 Gbit/s) wählt der Kunde seine benötigte Zugangstechnologie. Die Lösung eignet sich beispielsweise ideal für Unternehmen, deren Standorte über das ganze Land verteilt sind oder wo viele Mitarbeitende von zu Hause sowie mobil arbeiten.

Professionelle Vernetzungslösungen für sicheren Datenaustausch



Weitere Informationen finden Sie im Internet unter
m-net.de/business-vernetzung

M-net berät individuell mit persönlichem Ansprechpartner

Unternehmen jeder Größe können sich jetzt individuell beim führenden bayerischen Glasfaser-Anbieter beraten lassen. Die Experten von M-net informieren darüber, wie Unternehmen Ihre Standorte sicher und stabil vernetzen.



M-net Telekommunikations GmbH
Frankfurter Ring 158
80807 München
Telefon 0800 180 88 88

BAYWA

Leichtes Umsatzplus in Franken

Baustoff-Freilager: Die BayWa verzeichnet eine hohe Nachfrage aus dem Bauhandwerk und von Hausbesitzern.



■ Die BayWa ist im vergangenen Jahr in Franken trotz Corona-Pandemie gewachsen. Mit 938 Mio. Euro verzeichnete der Agrarkonzern in den Bereichen Agrar, Technik, Energie und Bau ein leichtes Umsatzplus von 1,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Im Bereich Agrar lag der Umsatz in Mittel- und Oberfranken bei 114 Mio. Euro und ging damit um fünf Prozent zurück. Hier blickt die BayWa auf eine gute Ernte im Erfassungsgebiet Mittel- und Oberfranken zurück. Allerdings gab das Betriebsmittelgeschäft nach, was dem Unternehmen zufolge an der Witterung, dem Trend zu mehr Öko-Landbau und verschärften gesetzlichen Regularien lag. Der Bereich Technik steigerte seinen Umsatz in Mittel- und Oberfranken um knapp elf Prozent auf 145 Mio. Euro. Laut BayWa investierten Landwirte in effiziente Maschinen und Geräte für die ressourcenschonende Bewirtschaftung der Felder

Foto: Manic/Ronny Becher

und Flächen. Zudem gebe es einen Trend zum Öko-Landbau, durch den die Unkrautbekämpfung mit Hacke und Striegel eine Renaissance erlebe.

Der Umsatz im Bereich Energie ging in Mittel- und Oberfranken um rund 17 Prozent auf 143 Mio. Euro zurück. Dies sei ein rein preisbedingter Rückgang, so der Agrarkonzern. Hier habe sich der geringe Rohölpreis bei einem vergleichsweise hohen Heizölabsatz bemerkbar gemacht. Aufgrund des geringen Preisniveaus, der reduzierten Mehrwertsteuer und der ab Januar 2021 greifenden CO₂-Bepreisung hätten sich zahlreiche Gebäudebesitzer mit Heizöl eingedeckt.

Im Baustoffbereich gab es in Franken einen deutlichen Umsatzzuwachs um fast 18 Prozent auf 300 Mio. Euro. Hauptgründe seien zum einen das Bauhandwerk, aus dem es bei sämtlichen Produkten eine hohe Nachfrage gab, und zum anderen private Haus- und Wohnungsbesitzer, die wegen Corona ihren Urlaub zu Hause verbrachten und verstärkt in Renovierungen sowie Garten- und Landschaftsbau investierten.

2020 und 2021 investiert die BayWa in Franken insgesamt rund 39 Mio. Euro, beispielsweise in das Technikzentrum sowie die BayWa-Tankstelle in Gunzenhausen und in neue Baustoffbetriebe in Ansbach und Lauf a. d. Pegnitz.

www.baywa.de

LEUPOLD | STROBEL

Fränkischer Verpackungs-Pakt

■ Die Joh. Leupold GmbH & Co. KG in Schwabach und die Strobel AG in Roth sind eine Partnerschaft eingegangen. Die beiden Hersteller von Verpackungsmitteln und Faltschachteln wollen damit Kundenkreise und geografische Reichweite vergrößern, außerdem möchten sie Produktinnovationen gegenseitig nutzen und ausbauen. Das gab die Beteiligungsgesellschaft Waterland Private Equity bekannt, die letztes Jahr mehrheitlich bei Leupold eingestiegen ist und die die beiden Unternehmen bei dem Vorhaben unterstützt.

Die derzeitigen Strobel-Eigentümer, Friedrich und Monika Bechtold, werden übergangsweise an Bord bleiben. Der 1894 gegründete Betrieb stellt

u. a. Kartonverpackungen, Faltschachteln und Displays her und bietet Dienstleistungen wie Konfektionierung und Logistik. Die Kunden stammen aus den Branchen Sport, Fitness und Wellness, Lebensmittel, Tiernahrung und Spielwaren.

Die 1910 gegründete Firma Leupold ist auf Design und Herstellung von Faltschachteln, Blisterkarten, Zuschnitten, Wellenverpackungen, Displays und Aufrichteschachteln spezialisiert. Sie fertigt täglich etwa 1,5 Mio. Verpackungen für Produzenten in Deutschland, Europa und den USA.

www.schnellerleupold.de
www.strobel-ag.de

WIRTSCHAFT ENGAGIERT SICH.

SIEMENS

Siemens und Siemens Caring Hands e.V. unterstützen mehrere kommunale Covid-19-Hilfsprojekte der Städte Erlangen, Fürth und Nürnberg mit rund 65 000 Euro. Damit soll sozial schwächeren Menschen geholfen werden, die in der Corona-Pandemie den Anschluss zu verlieren drohen. Die Spendensumme soll u. a. in die Anschaffung von PCs, Laptops, Druckern und Zubehör fließen, außerdem soll sie zur finanziellen Unterstützung in Not geratener sozialer Einrichtungen und Familien verwendet werden.

➔ www.siemens.de

STAEDTLER-STIFTUNG

Die Staedtler-Stiftung hat zwei Forschungsprojekte der TH Nürnberg mit insgesamt 60 000 Euro gefördert. Davon kommen 40 000 Euro einem Vorhaben der Fakultät Angewandte Chemie zugute, bei dem an einer elektrochemischen Methode zur Analytik der Photoaktivität von Halbleitern geforscht wird. Mit 20 000 Euro wird eine Arbeit des Studiengangs Technikjournalismus / Technik-PR unterstützt, bei der ein Konzept für Nachhaltigkeitskommunikation in der Metropolregion Nürnberg erstellt werden soll.

➔ www.staedtler.de/stiftung

MARTIN BAUER GROUP

Die MB-Holding GmbH & Co. KG in Vestenbergsgreuth hat die Bildungsinitiative „Wertvoll macht Schule“ mit 15 000 Euro unterstützt. Die Spende ermöglicht 3 000



Foto: Diana Bartl

Kindern die Teilnahme am Bildungsprogramm der Initiative, deren Ziel es ist, Werte- und Finanzkompetenzen in die Grundschule zu bringen. Auf dem Foto: Diana Bartl und Benedikt Ziegler von „Wertvoll macht Schule“ bei der Spendenübergabe.

➔ www.martin-bauer-group.com

FÜRST-GRUPPE

Die Moritz Fürst GmbH & Co. KG in Nürnberg hat insgesamt 8 000 Euro für vier Jugend- und Seniorenprojekte gespendet. Geschäftsführerin Christine Bruchmann (l.) übergab einen symbolischen Scheck an Nürnbergs Jugendreferentin Elisabeth Ries. Der Betrag ging an das Kindertanzprojekt „Junior Dance Festival“, die Initiative „Jedes Kind kann schwimmen lernen“ sowie die Projekte „Mitsingkonzerte für Senioren“ und „Ein Haus voll Hühner“, bei dem sich Bewohner von Seniorenheimen um Kleintiere kümmern.

➔ www.fuerst-gruppe.de



Foto: Fürst-Gruppe

WiM veröffentlicht in dieser Rubrik Spenden ab 2 500 Euro.

IHK-Sponsoringbörse

Damit wichtige Projekte Unterstützung finden, hat die IHK eine Sponsoringbörse geschaffen, die interessante Projekte und engagierte Unternehmer zusammenbringt. Werden Sie jetzt aktiv!

➔ www.ihk-sponsoringboerse.de



Aktuelle Corona-Schutzausrüstung



Warum in der Ferne suchen, was hier direkt vor Ort vorrätig ist?

• Corona Selbsttests

Antigen-Tests zur Eigenanwendung mit Sonderzulassung des BfArM

• FFP2 Masken ohne Ventil

Zertifiziert nach EN 149:2001 + A1:2009
Ohrschlaufen mit Clip zur Befestigung am Hinterkopf

Sowie weitere Artikel, wie z.B. Desinfektion und OP-Masken (Mund-Nasen-Schutz)



agoras e.K.
Südwestpark 37-41
D-90449 Nürnberg

Tel. +49 (911) 957 61 61-0 • agoras@agoras.de • www.agoras.de

VOLKSBANKEN UND RAIFFEISENBANKEN

Robust gegen Corona

Die Genossenschaftsbanken in Mittelfranken sehen weniger in der Pandemie als im anhaltenden Niedrigzins eine Herausforderung.



Foto: IHK

Corona-Stresstest bestanden:
Mittelfrankens Volks- und Raiffeisenbanken sehen sich solide aufgestellt.

Die 23 Volksbanken und Raiffeisenbanken in Mittelfranken sind nach eigenen Angaben gut durch das Geschäftsjahr 2020 gekommen. Das gaben der scheidende Bezirkspräsident des Genossenschaftsverbands in Mittelfranken, Manfred Göhring, und sein Nachfolger Dr. Gerhard Walther bekannt. Sowohl bei aufgenommenen Kundengeldern als auch bei ausgereichten Krediten an Firmen- und Privatkunden verzeichnen die Institute mit ihren rund 2 900 Beschäftigten eine Zunahme. Die Bilanzsumme erhöhte sich um neun Prozent auf 17,5 Mrd. Euro. Wie der Kreisverband weiter mitteilt, bleibt das Niedrigzinsumfeld aufgrund der Geldpolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) weiterhin eine Herausforderung für die Banken. Der nach wie vor hohe Passivüberhang sei für die Banken zunehmend belastend, weshalb die Ertragsspanne weiter schrumpfe.

Mit Blick auf die wirtschaftliche Situation in der Corona-Pandemie schätzen die mittelfränkischen Genossenschaftsbanken die Risikosituation als unauffällig ein. „Die viel heraufbeschworene Insolvenzwelle, verbunden mit einer kräftigen Zunahme der Kreditausfälle, ist bisher nicht erkennbar“, sagte Dr. Gerhard Walther, der auch Vizepräsident der IHK Nürnberg für Mittelfranken ist. Hier erwarte man auch keine Änderung im Jahresverlauf, obwohl der weitere Ausblick von vielen Unsicherheiten behaftet bleibe. Ein wesentlicher Grund dafür sei der sehr heterogene Verlauf der Lockdowns, von denen die Branchen höchst unterschiedlich betroffen sind. „Branchen, die unter den politischen Einschränkungen des öffentlichen Lebens besonders leiden, gehören nur in geringem Maße zu den Kreditnehmern der mittelfränkischen Kreditgenossenschaften“, so Walther.


Bei den vier Genossenschaftsbanken des **Kreisverbands Ansbach** erhöhte sich die Bilanzsumme um knapp zwölf Prozent auf 4,2 Mrd. Euro, wie der Vorsitzende Hermann Meckler bekannt gab. Das Kreditwachstum hat demnach die Steigerung der Vorjahre übertroffen, z. B. bei Wohnungsbau- und Firmenkrediten. Zum Kreisverband gehören die VR-Banken Mittelfranken West und Feuchtwangen-Dinkelsbühl sowie die Raiffeisenbanken

Heilsbronn-Windsbach und Bechhofen, bei denen insgesamt rund 740 Beschäftigte arbeiten.

Die Volks- und Raiffeisenbanken im **Kreisverband Nürnberg Stadt und Land** haben ihren Wachstumskurs nach eigenen Angaben fortgesetzt. So stieg die Bilanzsumme um acht Prozent auf über 4,1 Mrd. Euro, wie der Vorsitzende Swen Heckel bekannt gab, der auch dem IHK-Gremium Hersbruck vorsteht. Sowohl das betreute Kundenvolumen als auch das Kreditvolumen verzeichneten Zuwächse. Zu den Banken des Kreisverbandes gehören die Raiffeisenbanken Altdorf-Feucht, Hersbruck, Knoblauchsland, Oberferrieden-Burghann, die Spar+Kreditbank Lauf, die VR Bank Nürnberg sowie die Evenord-Bank in Nürnberg. Bei ihnen arbeiten knapp 650 Beschäftigte.

Beim **Kreisverband Erlangen-Höchstädt-Fürth** zeigte sich der seit Jahresbeginn amtierende Vorsitzende Horst Amon trotz Corona-Pandemie zufrieden mit der Geschäftsentwicklung. Amon ist Vorstandsvorsitzender der Raiffeisenbank Seebachgrund, außerdem gehören zum Kreisverband die VR-Bank Erlangen-Höchstädt-Herzogenaurach eG, die Raiffeisenbank Ebrachgrund eG und die Raiffeisenbank Bibertgrund eG. Die Bilanzsumme der vier Institute wuchs im vergangenen Jahr um über fünf Prozent auf fast drei Mrd. Euro an. Die Ausleihungen im Kreditgeschäft nahmen um knapp zehn Prozent auf 1,6 Mrd. zu. Bei den Kundengeldern verzeichneten die Banken einen Anstieg um rund 1,3 Prozent auf 2,1 Mrd. Euro.

Der **Kreisverband Roth-Schwabach** konnte für 2020 trotz deutlich verschärfter Rahmenbedingungen über ein noch zufriedenstellendes und wachstumsstarkes Jahr berichten. Bei den zugehörigen Raiffeisenbanken Greding-Thalmässing, Roth-Schwabach und der Raiffeisen - meine Bank stieg die Bilanzsumme um fast 13 Prozent auf 2,4 Mrd. Euro. Auch die Firmen- und Privatkundenkredite verzeichneten Zuwächse, ebenso wie die Kundeneinlagen. Viele Kunden agieren laut Kreisverband in der Krise vorsichtig, konsumieren weniger und „parken“ in höherem Maße liquide Mittel.

 www.gv-bayern.de

E-T-A

Akzeptables Geschäftsjahr trotz Einbußen

■ Für die E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH in Altdorf verlief das vergangene Geschäftsjahr trotz Corona-Pandemie aus eigener Sicht akzeptabel. Beim Umsatz des Schutzschalter-Herstellers gab es allerdings einen spürbaren Rückgang um fast sechs Prozent auf 115 Mio. Euro. Den größten Umsatzanteil machte die Sparte Transport aus, gefolgt von den Bereichen Automatisierungstechnik und Equipment. Man blicke aber vor allem wegen des guten ersten Quartals 2021 positiv in das laufende Jahr. Die Gesamtzahl der Beschäftigten in Deutschland lag Ende vergangenen Jahres bei 710 und damit in etwa auf Vorjahresniveau. Weltweit ist die Belegschaft mit rund 1 300 Mitarbeitern leicht gesunken.

E-T-A möchte seinen Firmensitz in Altdorf erweitern, wo sich bisher die Bereiche Fertigung, Vertrieb, Einkauf, Marketing, Entwicklung, Personalwesen und Finanzen befinden. Nun soll auf dem Firmengelände in den kommenden zwei



bis drei Jahren ein Neubau für rund 20 Mio. Euro entstehen, der ein neues Kleinteilelager, ein Kommissioniergebäude und einen Bürotrakt beinhalten soll. Außerdem soll an dem neuen Gebäude eine Kletterwand installiert werden, man sei dazu bereits im Gespräch mit dem örtlichen Alpenverein.

www.e-t-a.de

Insgesamt mit 2020 zufrieden:

Geschäftsführerin Dr. Jennifer Sell und Christian Kube, Mitglied der Geschäftsleitung.


BESONDERS SEIN
 WERBEAGENTUR



NEUE WEBSITE & SEO

Jetzt bis zu 11.000€ Digitalförderung sichern!

Infos zu Digitalmarketing und Förderungen finden Sie auf www.besonders-sein.de/go-digital-foerderbonus

BESONDERS SEIN GmbH • Andernacher Str. 53 • 90411 Nürnberg • Tel.: +49 (0) 911 957 60 70

BAYBG

Beteiligungen in Mittelfranken fast verdoppelt



Foto: Christian Schrammer

Die Geschäftsführer Peter Pauli (l.) und Peter Herreiner.

■ Im vergangenen Geschäftsjahr hat die BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH in München ihr finanzielles Engagement in Mittelfranken fast verdoppelt. Zum 31. März war die BayBG mit rund 30 Mio. Euro (Vorjahr: 20,5 Mio. Euro) an 55 Unternehmen (Vorjahr: 49) beteiligt. Neu hinzugekommen ist beispielsweise die SAV GmbH in Nürnberg, ein Entwickler und Produzent von Spann-, Automatisierungs- und Lasthebesystemen. Weitere Beteiligungen bestehen beispielsweise bei Astrum IT GmbH (Erlangen), Fath GmbH (Spalt), Gubesch GmbH (Wilhelmsdorf), MKV GmbH Metall- und Kunststoffverarbeitung (Allersberg) und Tutum GmbH (Nürnberg).

Auch in Corona-Zeiten investierte die BayBG in das Wachstum einzelner Unternehmen. Beispielhaft nennt die Beteiligungsgesellschaft einen Maschinenbauer mit rund zehn Mio. Euro Umsatz: Bei

diesem war schon vor der Corona-Krise eine Erweiterung der Kapazitäten durch eine neue Betriebsimmobilie geplant. In der Corona-Krise sprang allerdings der potenzielle Käufer für das alte Betriebsgebäude ab, die Wachstumsfinanzierung geriet durch den fehlenden Verkauf ins Wanken. Weil die BayBG eine Mezzanine-Finanzierung in Millionenhöhe einbrachte, wurde die Voraussetzung für weiteres Wachstum geschaffen. Die neue Betriebsimmobilie konnte doch realisiert werden.

Bayernweit erhöhte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr der Beteiligungsbestand an mittelständischen und Start-up-Unternehmen um rund zwölf Mio. auf 312 Mio. Euro. Außer mit Kapital unterstützt die BayBG auch mit Beratungsleistungen und Networking. Insgesamt bilanziert der Sprecher der Geschäftsführung, Peter Pauli: „Wir haben damit die Krisenresistenz von zahlreichen Unternehmen erhöht und gleichzeitig die Basis für deren langfristig positive Entwicklung geschaffen.“ Grundsätzlich finanziert die Beteiligungsgesellschaft weiteres Wachstum von Mittelständlern oder technologieorientierten Start-ups auch in Form von Venture Capital als Lead- oder Co-Investor. Darüber hinaus engagiert sich die Tochter der LfA Förderbank Bayern und weiterer Anteilseigner in der Unternehmensnachfolge, z. B. bei familienexternen Nachfolgen oder bei Vermögensdiversifikationen, um den Fortbestand zu ermöglichen. In Krisensituationen unterstützt die BayBG auch bei Turnaround- und Restrukturierungsprozessen. **(tt.)**

www.baybg.de

BETRIEBSIMPFUNGEN

Firmen machen sich immun



Foto: SeventyFour/Gettyimages.de

■ Das Bayerische Gesundheitsministerium hat zehn Betriebe aus dem Freistaat benannt, die an Modellprojekten für betriebliche Corona-Schutzimpfungen teilnehmen. Die beteiligten Unternehmen erhalten die Erlaubnis, ihre Beschäftigten selbst zu impfen. In Mittelfranken gehören die Novartis Pharma GmbH und die Arvena Hotels in Nürnberg zu den Pilotfirmen. Ein mit der Vereinigung der bayerischen Wirtschaft (vbw) entwickeltes Stufenkonzept sieht vor, dass anschließend schrittweise weitere Unternehmen in den

Impfbetrieb eingebunden werden sollen. Rund einen Monat vor den bundesweit geplanten Betriebsimpfungen stellt Bayern den Betriebsärzten für die Modellprojekte in stark infektionsbelasteten Regionen rund 50 000 Impfdosen unterschiedlicher Hersteller und Impfbühnen zur Verfügung. Der Impfstoff wird über die jeweiligen Impfzentren an die Firmen zugeteilt und dort verimpft.

www.stmgp.bayern.de

BIO-GATE

Starke Zuwächse im Veterinärgeschäft

■ Das Medizintechnik-Unternehmen Bio-Gate AG in Nürnberg hat im vergangenen Jahr seinen Umsatz um über 47 Prozent auf 5,1 Mio. Euro gesteigert. Nach Unternehmensangaben basierte die Entwicklung des vergangenen Jahres neben dem Bestandsgeschäft auf Neuaufträgen bei Tierpflegeprodukten und im Beschichtungsgeschäft. Dazu zählen u. a. der Vertrag mit einem Händler für Tierbedarf, für den Bio-Gate unterschiedliche Tierpflegeprodukte herstellt, sowie Neuabschlüsse in Nordamerika beim Geschäft mit Oberflächenbeschichtungen für die Veterinärmedizin. Positiv habe sich zudem die Nachfrage nach antimikrobiellen und antiviralen Lösungen für die Hygiene im öffentlichen und hygienesensitiven Bereich entwickelt. Stärkste Erlösquelle bei Bio-Gate war 2020 das Geschäftsfeld Dermakosmetik und Wundpflege mit einem Anteil von 58 Prozent. An zweiter Stelle folgt das Geschäftsfeld Veterinär mit rund 18 Prozent, wo es aber beachtliche Umsatzzuwächse um knapp 300 Prozent gab. Die Erlöse bei den Messdienstleistungen der Tochtergesellschaft QualityLabs wuchsen ebenfalls stark und trugen über elf Prozent zum Konzernumsatz bei, im Bereich Medizintechnik waren es neun Prozent. Die Umsatzentwicklung von 2020 setzte sich im ersten Quartal des laufenden Jahres bislang in allen Geschäftsfeldern fort.

Um die anhaltend starke Nachfrage zu bedienen, wurden Fertigungskapazitäten am Standort Bremen erweitert. Außerdem investierte das Un-



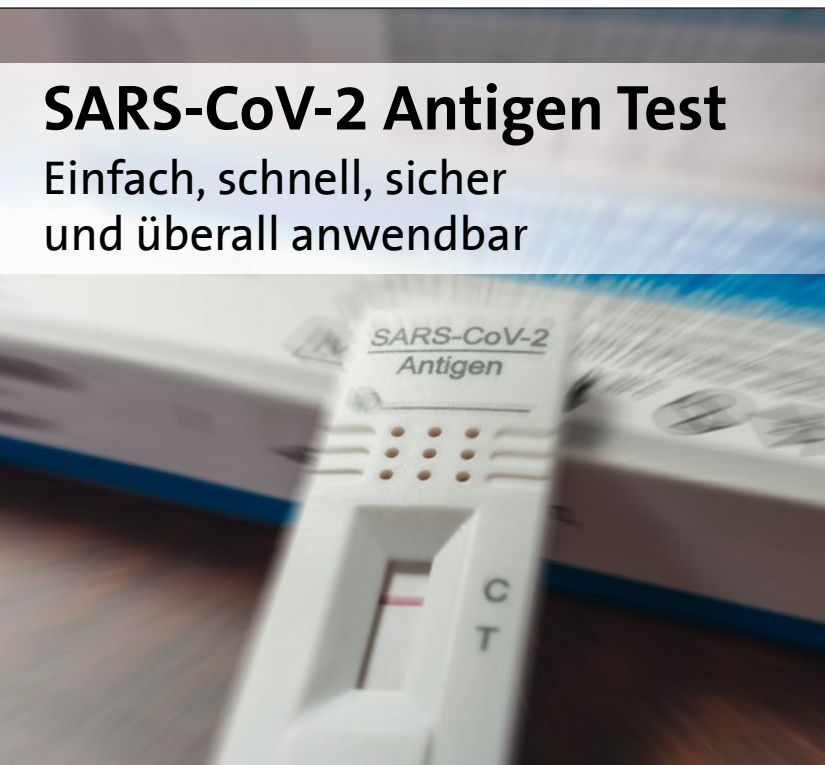
Vorstandsvorsitzender
Marc Lloret-Grau.

ternehmen in den Ausbau des technischen Vertriebs. Finanziert werden diese Maßnahmen durch eine im vergangenen Januar erfolgte Kapitalerhöhung. Bio-Gate sieht in der verstärkten Verwendung von Hygiene- und Desinfektionsprodukten einen langfristigen Trend über die Corona-Pandemie hinaus. Hierauf hat das Unternehmen seine Produkt- und Entwicklungsstrategie ausgerichtet. Durch seine vorhandene Liquiditäts- und Kapitalbasis sieht es sich finanziell gut aufgestellt, um diese Wachstumsmöglichkeiten aufzugreifen. Für das Geschäftsjahr 2021 rechnet das Management mit einer weiterhin hohen Nachfrage. Den Umsatz will Bio-Gate deutlich steigern und das Konzernergebnis spürbar verbessern – trotz Investitionen für Produktentwicklung, Kapazitätsausbau und Rekrutierung weiterer Beschäftigter.

 www.bio-gate.de

SARS-CoV-2 Antigen Test

Einfach, schnell, sicher
und überall anwendbar



SARS-CoV-2
Antigen

Seit fast 50 Jahren vertrauen Kunden weltweit auf In-vitro-Diagnostik Lösungen von HUMAN. Wir liefern Laboren und Ärzten hochwertige Produkte und umfassende Dienstleistungen und unterstützen sie mit unserer Expertise.

In unserem breiten Angebot an Schnelltests bieten wir SARS-CoV-2 Antigentests der Hersteller Wantai (BfArM GZ: 5640-S-094/21) und Watmind (BfArM GZ: 5640-S-032/21) für die Anwendung durch Laien an.

- Speichel oder Abstrich vorderer Nasenbereich als Probe
- Schonende, nicht invasive Probenentnahme
- Extrem einfach durchzuführen

Sorgen Sie für mehr Sicherheit für Ihr Unternehmen, Ihre Schule oder Ihre Behörde und bestellen Sie beim IVD Experten.

Bestellen Sie jetzt unter:
shop.human.de
www.human.de

Human
Diagnostics Worldwide

(fast) alles an Schild + Schrift

Schilder KLUG

90402 NÜRNBERG • TEL. 0911 22035 • FAX 0911 227675
www.schilder-klug.de

HALLEN

INDUSTRIE | GEWERBE | STAHL

PLANUNG - PRODUKTION - MONTAGE



WOLF SYSTEM GMBH
94486 Osterhofen
Tel. 09932 37-0
gbi@wolfsystem.de
WWW.WOLFSYSTEM.DE



Starker Partner für Ihr Unternehmen gesucht?

Herzlich willkommen bei uns **Johannitern** in Mittelfranken.

- Erste-Hilfe-Kurse
- Ausbildung zum Brandschutzhelfer
- Betriebskindertagesstätten
- Ferienbetreuung für Unternehmen
- Schülerbetreuung
- Sanitätsdienst
- und vieles mehr

Johanniter-Unfall-Hilfe e. V.
Regionalverband Mittelfranken
T. 0911 27257-0
www.johanniter.de/mittelfranken

Sie haben Fragen? Wir haben Antworten!



JOHANNITER
Aus Liebe zum Leben

Kompakt

+ Karl Seiffert, langjähriger Mitarbeiter der ehemaligen Nürnberger Firma **Gebrüder Theisen**, hat eine Firmenchronik des Unternehmens veröffentlicht. Darin zeichnet er die Entwicklung des Großhandelsunternehmens für Werkzeuge und Maschinen nach, das Ende der 70er Jahre im heutigen Werkzeughandelsunternehmen **Hoffmann Group** aufging. Die Chronik über die Firma Theisen ist auch online abrufbar.

➤ www.gebrueder-theisen.info



Foto: Unique and Wild / Privat

+ Die **Fath GmbH** in Spalt hat gemeinsam mit der Pronet-Solution GmbH in Amberg und der **Till Zupancic Holding GmbH** in Roth die niederländische Flowsort B.V. erworben. Das Unternehmen in Geldrop bei Eindhoven entwickelt, produziert und vertreibt Sortieranlagen für intralogistische Anwendungen. Mit dem Zukauf möchte Fath das Portfolio um den Bereich Intralogistik erweitern.

➤ www.fath24.com

+ Die **Akademie Faber-Castell** in Stein ist seit Kurzem eine eigenständige, gemeinnützige GmbH unter dem Dach der Faber-Castell AG. Die Akademie wurde über einen Spaltungsvertrag aus der A.W. Faber-Castell Vertrieb GmbH herausgelöst, der sie seit rund zehn Jahren angehörte. Der bisherige Akademierektor Prof. Uli Rothfuss wurde zum Geschäftsführer berufen.

➤ www.akademie-faber-castell.de

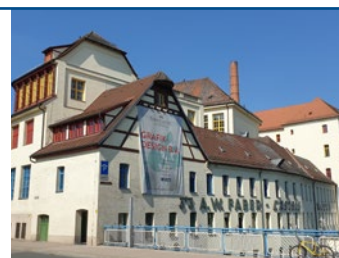


Foto: IHK

+ Die **Billmann Event GmbH** in Nürnberg hat mehrere fest installierte Streaming-Studios im Bundesgebiet eröffnet. Neben Frankfurt, Berlin und Düsseldorf befinden sich zwei Studios im Max-Morlock-Stadion und in der Meistersingerhalle in Nürnberg. Sie dienen der Übertragung von Veranstaltungen, Konferenzen oder Produktpräsentationen.

➤ www.b-hybrid.de

+ **Ebay Deutschland** und der Nürnberger Handelsverein **Erlebnis Nürnberg e. V.** haben einen lokalen Online-Marktplatz für Nürnberg eingerichtet. Dort findet man laut der Initiatoren Angebote von mehr als 1.100 gewerblichen Händlern, viele davon mit stationärem Geschäft. So könne man den lokalen Einzelhandel online unterstützen, auch wenn man nicht im jeweiligen Ladengeschäft einkaufen kann oder möchte.

➤ www.ebay-deine-stadt.de/nuernberg

DIE NÄCHSTEN TERMINE DER WIM

SPECIAL
JUNI
DIGITALE
WIRTSCHAFT | IT



Foto: gprodenkoff/Gettyimages.de

Juni

Themen-Special: **Digitale Wirtschaft | IT**
 Anzeigenschluss: 12. Mai 2021 **!**
 Redaktionsschluss: 12. Mai 2021
 Druckunterlagenschluss: 19. Mai 2021
 Erscheinungstermin: 02. Juni 2021

Juli | August

Themen-Special: **Umwelt | Energie | Nachhaltigkeit**
 Anzeigenschluss: 16. Juni 2021
 Redaktionsschluss: 16. Juni 2021
 Druckunterlagenschluss: 23. Juni 2021
 Erscheinungstermin: 07. Juli 2021

September

Themen-Specials: **Immobilien
Karriere | Seminare**
 Anzeigenschluss: 13. August 2021
 Redaktionsschluss: 13. August 2021
 Druckunterlagenschluss: 20. August 2021
 Erscheinungstermin: 02. September 2021

Oktober

Themen-Special: **Recht | Steuern | Versicherungen**
 Anzeigenschluss: 15. September 2021
 Redaktionsschluss: 15. September 2021
 Druckunterlagenschluss: 22. September 2021
 Erscheinungstermin: 05. Oktober 2021



DAS ONLINE-ARCHIV DER WIM

Das Wirtschaftsarchiv bietet Ihnen unter www.wim-magazin.de kostenlos alle wesentlichen Artikel zurückgehend bis Juli 2001 mit praktischer Recherchemöglichkeit und Unternehmensdatenbank.

IMPRESSUM

Die „Wim - Wirtschaft in Mittelfranken“ ist das offizielle Veröffentlichungsorgan der IHK Nürnberg für Mittelfranken. Der Bezug der Zeitschrift erfolgt für IHK-Mitglieder kostenfrei im Rahmen der gesetzlichen Mitgliedschaft.

Wim-Abo
KundenService
Telefon 0911 1335-1335
Telefax 0911 1335-150335

Herausgeber
Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken
Hauptmarkt 25/27
90403 Nürnberg
Internet www.ihk-nuernberg.de

Druckauflage / Erscheinungsweise
115.500 (4. Quartal 2020)
monatlich zu Beginn des Monats. ISSN 1437-7071
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.

Verantwortlich für Herausgabe und Inhalt
Dr. Kurt Hesse
Telefon 0911 1335-1379
E-Mail kurt.hesse@nuernberg.ihk.de

Redaktionsleitung
Hartmut Beck
Telefon 0911 1335-1385
E-Mail hartmut.beck@nuernberg.ihk.de

Chefin vom Dienst
Katharina Söll
Telefon 0911 1335-1381
E-Mail katharina.soell@nuernberg.ihk.de

Redaktion
Johannes Froschmeir
Telefon 0911 1335-1465
E-Mail johannes.froschmeir@nuernberg.ihk.de

Ljuba Edel
Telefon 0911 1335-1378
E-Mail ljuba.edel@nuernberg.ihk.de

Redaktionsassistentz
Carolin Engert
Telefon 0911 1335-1167
E-Mail carolin.engert@nuernberg.ihk.de

Freie Autoren in dieser Ausgabe
Thomas Tjiang (tt.),
Diane Mayer (dm.)

Layout-Konzept
Alexander Lotz | Blattwerkstatt
Telefon 02833 574750
E-Mail brunn@blattwerkstatt.de

Wim Online
Gunther Brieger
Telefon 0911 1335-1464
E-Mail gunther.brieger@nuernberg.ihk.de

Fotos
Kurt Fuchs, Erlangen
Telefon 09131 777740
E-Mail info@fuchs-foto.de
sowie verschiedene Bildagenturen

Titelfoto dieser Ausgabe
Alexander Lotz | Blattwerkstatt

Verlag, Herstellung und Vertrieb
Hofmann Druck Nürnberg GmbH & Co. KG
Telefon 0911 5203-0
www.hofmann-infocom.de

Zustellung
Deutsche Post | Telefon 0911 9968813

Anzeigen
Hofmann Media (verantwortlich)
Daniel Wickel, Telefon 0911 5203-150
E-Mail wickel@hofmann-infocom.de
Horst Schildknecht, Telefon 0911 5203-358
E-Mail schildknecht@hofmann-infocom.de
Fabian Lämmermann, Telefon 0911 5203-350
E-Mail laemmermann@hofmann-infocom.de

Bei Nichterscheinen oder verspätetem Erscheinen infolge höherer Gewalt besteht kein Anspruch auf Lieferung oder Rückzahlung des Bezugsgeldes. Fotomechanische Vervielfältigungen von Teilen aus dieser Zeitschrift sind nur für den innerbetrieblichen Gebrauch des Beziehers gestattet.

Mit Namen gekennzeichnete Beiträge stellen die Meinung des Autors, nicht immer die Auffassung der IHK dar. Für unverlangt eingesandte Beiträge wird keine Haftung übernommen.

Beilagenhinweis
dataform dialogservices GmbH (Teilbeilage)
Für den Inhalt der Beilagen sind die oben genannten Werbtreibenden selbst verantwortlich.



Qualität zahlt sich aus. Das Private Vermögensmanagement der BW-Bank in Nürnberg.



Dr. Dieter Knoll



Thomas Biller



Jürgen Brand



Claudia Daut



Cornelia Dolles



Corinna Graßold



Rüdiger Polzin



Christoph Wörlein

Erfahrung, Verlässlichkeit und individuelle Lösungen sind die Basis für ein erfolgreiches Vermögensmanagement. Wir kennen unsere Kunden und stehen an ihrer Seite. Mit ihnen gemeinsam besprechen wir die richtige Strategie, bieten beste Leistungen und ein exzellentes Experten-Netzwerk. Sie möchten mehr erfahren? Sprechen Sie uns an, wir beraten Sie gern.

Dr. Dieter Knoll

Telefon 0911 308622-70
dieter.knoll@bw-bank.de

www.bw-bank.de/vermoegensmanagement



Entdecken Sie
unser Sortiment
mit mehr als
**5.000 Druck-
produkten.**

www.onlineprinters.de

Aliquis Nomen | 12 Platea, Civitas | 1234 Terra



Aliquis Nomen
12 Platea, Civitas
1234 Terra

a.nomen@email.com
www.aliquisnomen.com

**BASICS,
DIE JEDER BRAUCHT.**

**QUALITÄT,
DIE NICHT
JEDER
BIETET.**



Kostenloser
Standardversand



Kompetenter
Service



Über 1 Million
zufriedene Kunden



30 Jahre
Erfahrung im Druck

 **ONLINEPRINTERS**

IHRE DRUCKEREI