

Mittelstands Magazin

www.mitmagazin.com

G 1480

4
2013

INFORMATIONEN UND FORUM FÜR MITTELSTAND, WIRTSCHAFT UND MANAGEMENT

UNTERNEHMEN

Man sollte seine
Zielgruppe kennen

SOCIAL MEDIA

Dabei sein ist
nicht alles

RECHTS-TIPP

Dienstwagen-
Besteuerung

Heute

Warn-
streik!

MISSBRAUCH DES STREIKRECHTS

Wenn Fluggäste schon am
Boden zu Geiseln werden



Vermögensaufbau für jeden.



Wir helfen Ihnen, aus der Vielzahl an Alternativen die optimale Geldanlage mit dem für Sie richtigen Mix aus Sicherheit, Rendite und Verfügbarkeit zu finden. Als einer der größten eigenständigen Finanzvertriebe mit mehr als 35 Jahren Erfahrung in Vermögensaufbau

und -absicherung beraten wir unsere Kunden ganzheitlich und nachhaltig. Fast 6 Millionen Kunden vertrauen auf die Beratung unserer mehr als 37.000 Vermögenberater.



**Deutsche
Vermögensberatung**
Vermögensaufbau für jeden!

Informieren Sie sich bei unserer kostenlosen Kundenhotline unter:
0800 3824000 oder finden Sie Ihren persönlichen Vermögenberater
unter: **www.dvag.de**

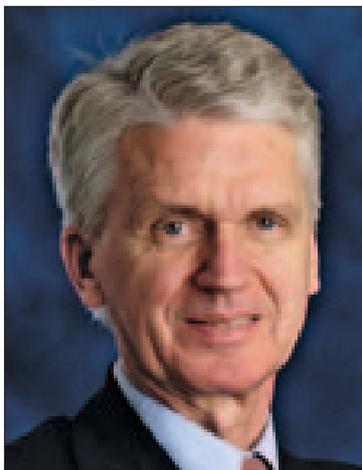
WOLF IM SCHAFSPELZ: Steinbrück entdeckt Mittelstand für Wahlkampf

SPD-Kanzlerkandidat Peer Steinbrück hat für den Wahlkampf das Thema Mittelstandspolitik entdeckt. Mit seinen „Siegener Thesen“ inszeniert er sich als Kämpfer für die Interessen der mittelständischen Wirtschaft. Doch Sonntagsreden zur Bedeutung des Mittelstands allein reichen nicht. Entscheidend ist der materielle Gehalt des mittelstandspolitischen Angebots. Das Angebot von Peer Steinbrück ist vielseitig, aber im Kern mit massiven Belastungen für den Mittelstand verbunden.

Die Absage an prekäre Beschäftigungsverhältnisse, worunter z. B. die Zeitarbeit oder Mini-Jobs fallen, ist eine Ablehnung aller flexiblen Arbeitsmodelle. Damit nimmt Steinbrück nicht nur vielen Menschen, insgesamt sind es 8 Mio. Beschäftigte, eine Arbeitschance, sondern vor allem dem Mittelstand die dringend benötigte Flexibilität, um auf konjunkturelle Schwankungen reagieren zu können.

Auch beim Thema Lohnuntergrenzen will Steinbrück vereinheitlichen, was differenziert werden muss. Ein flächendeckender gesetzlicher Mindestlohn, der nicht nach Regionen und Branchen unterscheidet, ist ein ordnungspolitischer Fehlgriff. Ist der Mindestlohn zu niedrig, hat er keine Wirkung; ist er jedoch zu hoch, so kostet er Arbeitsplätze.

In Steinbrücks Manifest wird deutlich, dass er beim staatlichen Budget kein Ausgabenproblem, sondern ein Einnahmenproblem sieht. Die meisten seiner Vorschläge sind mit höheren Staatsausgaben verbunden. Deshalb müssen auch die Steuern erhöht werden, wobei er vor allem die Mittelschicht im Auge hat. Eine höhere Abgeltungssteuer und die



Dr. Josef Schlarmann ist Bundesvorsitzender der Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU und Mitglied im Bundesvorstand der CDU. Er arbeitet als Wirtschaftsprüfer, Steuerberater und Rechtsanwalt in Hamburg

Wiederbelebung der Vermögenssteuer belasten vor allem die Gewinne mittelständischer Unternehmen und damit die Eigenkapitalbildung.

Beim Thema Energiepolitik setzt Steinbrück voll und ganz auf den planwirtschaftlichen Weg: Mit einem Masterplan will er die Energiewende politisch festlegen. Zur Umsetzung plant er ein neues Energieministerium und eine Deutsche Netz AG, mit der die vier großen Netzbetreiber verstaatlicht werden sollen. An das unabdingbar reformbedürftige Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) hingegen traut sich Steinbrück nicht heran, sondern will es nur „langfristig“ novellieren. Allerdings sollen zur kurzfristigen Entlastung der EEG-Umlage die Befreiungen reduziert werden, wovon in erster Linie mittelständische Betriebe betroffen sind.

Steinbrücks Staatsgläubigkeit spiegelt sich auch in seinen Ausführungen zur Europapolitik wider. Er will mehr Supranationalität und wesentliche Politikfelder harmonisieren. Dies gilt für den Arbeitsmarkt, die Finanzmarktregulierung und die Unternehmensbesteuerung. Der Gedanke des Wettbewerbs um die besten Wirtschafts- und Arbeitsbedingungen taucht bei Steinbrück hingegen nicht auf. Sein Ziel ist bekanntlich eine harmonisierte Wirtschaft unter einheitlicher Regierung mit gemeinschaftlicher Schuldenhaftung.

Wie schon für sich selbst von seiner Partei, fordert Steinbrück nun auch für den Mittelstand mehr ‚Beinfreiheit‘. Doch mit seinen Vorschlägen wird Steinbrück dem Mittelstand eher ein Bein stellen.

Wertvoll



Für Ihren Brief und die Arbeit in Bethel

Bitte schicken Sie uns Ihre Briefmarken. Sie schaffen Arbeit für behinderte Menschen.

Briefmarkenstelle Bethel
Quellenhofweg 25 · 33617 Bielefeld
www.briefmarken-fuer-bethel.de

247

Bethel 



MONSTER UNTERM BETT

Politische Landkarte Deutschlands

Regierungen in den Ländern

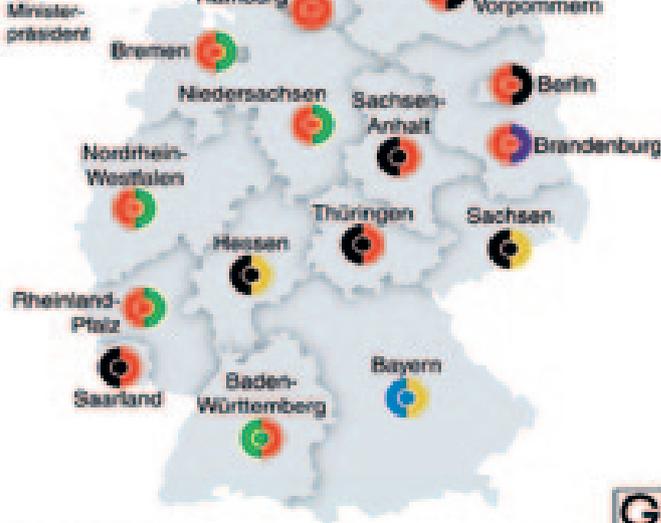
SPD ■ CDU ■ CSU ■ Grüne ■ FDP ■ Linke ■ SSW ■

Regierungs-

parteien

Minister-

präsident



Stand Februar 2013

© Globus 5518

FARBENSPIELE

So stellt sich die Machtverteilung in den 16 Bundesländern zu Beginn des Jahres 2013 mit zwei Landtagswahlen (Hessen und Bayern) und der Bundestagswahl am 22. September dar

- die **SPD** ist Partner in 11 Landesregierungen
- die **CDU** ist Partner in 8 Landesregierungen
- es gibt **9 rote**, **6 schwarze** Ministerpräsidenten und **einen grünen**

WER BESTIMMT, WAS MASSLOS IST?

Von Günter F. Kohl

Ein ehemaliger ostdeutscher CDU-Ministerpräsident hat mir einmal gesagt, dass niemand mehr Wohnraum brauche als 120 Quadratmeter. Er meinte das in vollem Ernst, und er war auch bereit, hätte man ihn gelassen, das zu dekretieren.

Unsere Bundeskanzlerin hat kürzlich in einem Interview zu Protokoll gegeben: „Maßlosigkeit darf in einer freien und sozialen Gesellschaft nicht sein“, und sie fügte hinzu, sie verstehe sehr gut, wenn Menschen über völlig aus dem Rahmen fallende Gehälter den Kopf schüttelten. Es reiche „leider“ nicht aus, das Thema ausschließlich der Selbstreinigung der Wirtschaft zu überlassen.

Wem denn sonst, fragt sich doch jeder, der seinen Erhard im Kopf hat?

Wer maßt sich denn an festzulegen, wie viel Wohnraum in welcher Ausstattung und Lage der Einzelne nutzen oder sich leisten darf? Ich habe ja vollstes Verständnis dafür, dass jemand, der in einem Arbeiter-Schließfach im Plattenbau zu DDR-Zeiten aufgewachsen ist, ein bescheidenes Reihenhauses mit 100 Quadratmetern Wohnfläche und weiteren 100 Quadratmetern Rasen für eine Villa mit Park hält.

Was ist maßlos?

Wer, außer den Eigentümern, soll über das Einkommen von Managern und Mitarbeitern bestimmen dürfen? Auf den Mittelstand bezogen: Wer will einem Firmenchef vorschreiben, welches Gehalt und welche seiner Tantiemen angemessen sind und welche maßlos? Im Übrigen: Was ist mit den vielen Sportlern, Schauspielern, Brokern und anderen Menschen, deren Einkünfte in den Augen vieler den Rahmen des Vorstellbaren bei Weitem sprengen? Was ist maßlos in einer freien und sozialen Gesellschaft, vor allem solange es nicht auf Kosten und Knochen anderer geschieht? Wer setzt die Maßstäbe und wer wacht über deren Einhaltung?

Ist es nicht der Markt, der Wettbewerb? Sind es nicht die moralischen Quellen, aus denen sich die Soziale Marktwirtschaft einst speiste? Offenbar drohen sie zu versiegen: Leistungswille und Erfolg werden mit Gier, Maßlosigkeit und Unbarmherzigkeit übersetzt, Wettbewerb gilt als verwerflich, und wirtschaftliche Freiheit wird mancherorts als Bedrohung statt als Herausforderung und Chance empfunden. War nicht die Entschei-

dung für die Soziale Marktwirtschaft eine solche für die Übernahme von Freiheit und Verantwortung?

Mit Wählern reden statt mit Meinungsforschern

Wahrhaft verwerflich und skandalös sind die Missbräuche in unserem Wohlfahrtsstaat, der die Menschen weder freier noch zufriedener gemacht hat. Im Gegenteil: Je stärker die Leistungsbereitschaft nachlässt, weil Leistung nicht mehr belohnt wird, desto mehr breitet sich Unzufriedenheit aus. Die Abhängigkeit vom Staat steigt, die Ansprüche wachsen, die Regierenden legen noch etwas drauf und erreichen auf diese Weise so viele Menschen, dass ihnen die Wählermehrheit so gut wie sicher ist. Die Nutznießer des Wohlfahrtsstaates verfügen mittlerweile über eine strategische Mehrheit aus Sozialisten, Sozialdemokraten sowie aus Exponenten christlicher und konservativer Parteien. Finanzieren tun es die anderen, die Leistungsträger.

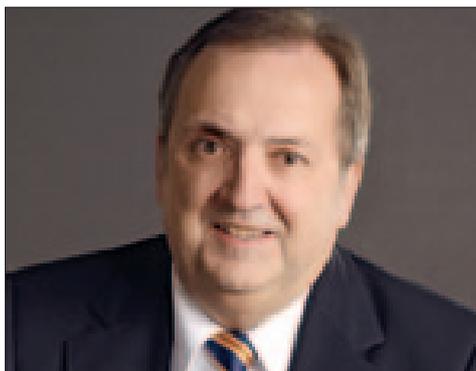
Es ist Wahlkampf in Deutschland. Man merkt es auch daran, dass die SPD dabei ist, ihren Kanzlerkandidaten Steinbrück, der sich eigentlich „mehr Beinfreiheit“ ausbedungen hatte, auf links zu trimmen. Man merkt es auf der anderen Seite des politischen Spektrums daran, dass die Union sich anschickt, auch noch die letzten kontroversen Punkte abzuräumen. Statt Themen zu setzen und sie auch beharrlich zu vertreten, hechelt sie seit Jahren dem vermeintlichen Zeitgeist hinterher.

Im CDU-Grundsatzprogramm (4.12.2007, Ziffer 71) heißt es: „Das ist der Widerspruch unserer Zeit: Eine reiche Gesellschaft ist arm an Kindern.“

Indem sie, die Union, über kurz oder lang die Partnerschaft von Gleichgeschlechtlichen mit der Ehe zwischen Mann und Frau auf eine Stufe stellt, produziert sie den nächsten Widerspruch unserer Zeit: Homosexuelle Paare bekommen nun mal keine Kinder!

Abseits allen demoskopischen und soziologischen Brimbories sagen erfahrene Wahlkämpfer, die mit Wählern sprechen statt mit Meinungsforschern, letztlich gehe es nur um diese einzige, entscheidende Frage: „Warum soll ich am Sonntag CDU wählen?“ Und wenn man zu deren Beantwortung eine halbe Stunde braucht, wendet sich der potenzielle Wähler ab mit Grausen.

Nicht von ungefähr ist die Gruppe der Nichtwähler mittlerweile die größte unter den Wahlberechtigten.



Günter F. Kohl ist Chefredakteur und Verleger des MittelstandsMagazins



8



10

Was der Staat pro Tankstelle¹⁾ verdient

Energiesteuer ²⁾	2,27 Mio. Euro
Mehrwertsteuer auf Kraftstoffe ³⁾	1,13 Mio. Euro
Mehrwertsteuer auf Waren und Dienstleistungen	0,15 Mio. Euro
Gesamt	3,55 Mio. Euro

Außerdem werden u. a. an der Tankstelle bezahlt: **14**

- Lohnsteuer
- Rennwett-/Lotteriesteuer
- Gewerbesteuer
- Kaffeesteuer



16



24

POLITIK

- 3 Editorial**
Josef Schlarman, Bundesvorsitzender der MIT, nimmt die merkwürdigen Avancen des SPD-Kanzlerkandidaten, die er dem Mittelstand macht, aufs Korn
- 5 Das Wahljahr 2013**
MiMa-Chefredakteur Günter Kohl wagt einen Ausblick auf das Wahljahr mit der Bundestagswahl am 22. 9.
- 8 Reformen sind nichts für Duckmäuser**
Vor 10 Jahren startete Gerhard Schröder die Agenda 2010, eine mutige Reform, von der unser Land immer noch zehrt
- 10 Zurück zum Bierdeckel?**
Die Steuerpläne einer Gruppe junger Abgeordneter der Union
- 12 Der Klimawandel erreicht die Unternehmen**
Nach einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft wird der Klimawandel für Unternehmen relevanter

UNTERNEHMEN

- 14 Fahren für den Fiskus, rasen für die Rente**
Es ist wieder an der Zeit, auf die wesentlichen Preistreiber an den Zapfsäulen hinzuweisen. Der Staat schröpft dabei die Autofahrer am meisten
- 16 Neueinstellungen - Anreize für Arbeitgeber**
Wer Bewerbern eine Chance gibt, die nicht mit den allerbesten Voraussetzungen aufwarten, wird von der Agentur für Arbeit mit attraktiven Zuschüssen unterstützt

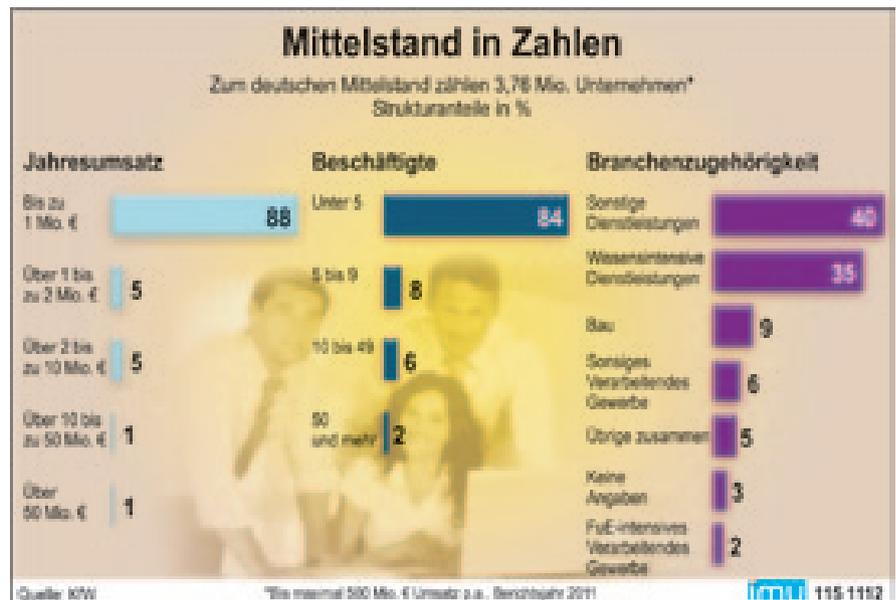
- 19 Kennen Sie Ihre Zielgruppen?**
Über Zielgruppen wird viel geredet, nicht nur in der Politik. Je exakter ein Unternehmen seine Zielgruppen definiert, umso erfolgreicher ist es in seiner Kundenansprache
- 21 Social Media für Unternehmen**
Lohnend aber nicht ohne Risiko – so lässt sich die Teilhabe von Firmen bei Facebook, Twitter & Co. beschreiben – zumal Kritik auf diesen Plattformen aggressiver formuliert wird

SERVICE

- 23 Privat oder nicht?**
Wir stellen zwei neuere Urteile zur Besteuerung von Dienstwagen vor
- 24 AUTO-Test**
Für Sie gefahren: Ford Ranger und Peugeot 4008
- 26 Unsere Bücherseite**
Für Sie gelesen
- 27 Aktuelle Urteile**
Für Sie studiert und analysiert

MIT-/ MU-INSIDE

- 28 Berichte aus den Regionalverbänden**
- 33 Namen sind Nachrichten**
- 34 Baustelle**
- 34 Impressum**



Kann nicht jeder: Professional Class – Volkswagen für Selbstständige.

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



Das Programm für Selbstständige Unsere Mobilitätsmodule für Ihre Bedürfnisse:

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

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

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

Kraftstoffverbrauch des Tiguan in l/100 km:
kombiniert 8,6–5,3, CO₂-Emissionen in g/km: kombiniert 199–139.



Das Auto.



Foto: dpa picture alliance

REFORMPOLITIK IST NICHTS FÜR DUCKMÄUSER

Vor zehn Jahren startete Gerhard Schröder die AGENDA 2010

Von Josef Schlarmann

Vor zehn Jahren, im März 2002, verkündete Gerhard Schröder im Deutschen Bundestag seine Agenda 2010, mit der er Deutschland bis zum Ende des Jahrzehnts durch strukturelle Reformen wieder an die Spitze bringen wollte. Deutschland galt damals als ein Land, das strukturell verkrustet und erstarrt war. Das wirtschaftliche Wachstum war nur noch schwach. Auf dem Arbeitsmarkt stieg die Sockelarbeitslosigkeit. Die Staatsverschuldung war bedrohlich. Kurzum: Die deutsche Wirtschaft war international nicht mehr wettbewerbsfähig.

Mutige Reformen

Grundlegende Reformen waren deshalb unausweichlich. Dafür steht die Agenda 2010: Der Arbeitsmarkt wurde durch Minijobs, Teilzeit, Zeitarbeit und Befristungen flexibilisiert. Das Arbeitslosengeld II ersetzte die Arbeitslosenhilfe und die Sozialhilfe für Erwerbsfähige. Mit dem Prinzip „Fördern und Fordern“ verkürzte die Regierung die Bezugsdauer des Arbeitslosengeldes I auf zwölf Monate und verschärfte die Zumutbarkeitsregeln für die Arbeitsaufnahme. Die Flächentarifverträge wurde auf Druck der Regierung durch das „Pforzheimer Abkommen“ geöffnet. Die Riesterreute wurde eingeführt und später kam die Rente mit 67. Nicht zu vergessen auch die Steuerreform, mit der

der Eingangssteuersatz von 25,9 auf 15 Prozent und der Spitzensteuersatz von 53 auf 42 Prozent gesenkt wurden.

Diese Reformen verlangten Mut und Konsequenz, weil sie nicht alternativlos waren. Viele Sozialpolitiker huldigten dem Irrglauben, dass man der Arbeitslosigkeit durch Frühverrentung, Arbeitszeitverkürzung und längeren Ausbildungszeiten, d. h. durch Planung des Arbeitsangebots, beikommen könnte. In der SPD gab es darüber hinaus starke Kräfte, die der Meinung waren, die Wachstumsschwäche müsste mit einer Politik des „deficit spending“ aktiv bekämpft werden. Keiner dieser Versuchen ist die damalige Regierung erlegen.

Ursachen bekämpfen, nicht die Symptome

Dies gilt auch für die CDU, die auf ihrem Leipziger Parteitag Ende 2003 ein ähnliches Reformprogramm beschlossen hatte. Danach sollte die lohnabhängige Krankenversicherung von einem Prämiensmodell abgelöst werden. Die Rentenhöhe wollte man an den Altersaufbau der Bevölkerung koppeln. Und das Steuerkonzept von Merz sah die Einführung von Stufentarifen mit Sätzen von 12, 24 und 36 Prozent vor. Im Unterschied zur Agenda 2010 ist jedoch keiner dieser Punkte politisch umgesetzt worden.

Die Agenda 2010 hat den Beweis erbracht, dass Reformen auch in Deutschland möglich sind. Dafür bedarf es allerdings einer politischen Führung, die es ernst meint und die Probleme ehrlich benennt, die ein stringentes Lösungskonzept besitzt und dieses auch gegen Widerstände durchsetzt. Politiker, die sich nicht am Notwendigen, sondern am Populären orientieren und die nicht die Ursachen, sondern nur die Symptome bekämpfen sowie aus Gründen des Machterhalts die Auseinandersetzung fürchten, werden solche Reformen nie zustande bringen. Sie werden schon an der öffentlichen Akzeptanz scheitern, weil sie für eine solche Politik nicht glaubwürdig sind. Duckmäuser taugen nicht für Führungsaufgaben in schwerem Gelände. Reformpolitik beweist sich nicht im Ankündigen, sondern im Handeln.

Agenda 2010: Solidarität im eigentlichen Sinne

Die Agenda 2010 verdient auch deshalb besondere Beachtung und Anerkennung, weil sie das Verhältnis von Wirtschaftspolitik und Sozialpolitik in eine neue Balance gebracht hat. Die Aufgabe der Sozialpolitik besteht nach klassischem Verständnis der Sozialpolitik darin, die Versäumnisse, Risiken und Schäden eines marktwirtschaftlichen Systems durch Schutzvorschriften, soziale Sicherungssysteme und Transfers zu beseitigen oder zu mildern. Gemäß

dieser Logik ist die Wirtschaft das Problem und die Sozialpolitik die Lösung.

Mit dieser Logik hat die Agenda 2010 aufgeräumt. Sie – wie auch die Leipziger Beschlüsse der CDU – gehen davon aus, dass sich verkrustete Strukturen im Sozialsystem negativ auf Wachstum und Beschäftigung auswirken und dadurch die Risiken und Schäden verursachen, die mit Hilfe der Sozialpolitik beseitigt werden sollen. Damit ist nicht die Wirtschaft, sondern das Sozialsystem selbst das Problem, das angepackt werden muss. Es ist leicht nachvollziehbar, dass dieser Denkansatz für eingefleischte Sozialpolitiker eine Provokation sein musste.

Für die Agenda 2010 war dies allerdings der leitende Reformansatz. Die Arbeitsmarktordnung ist dahin gehend geändert worden, dass sie Wachstum und Beschäftigung nicht behinderte, sondern aktiv förderte, wie es dem Leitprinzip „Fördern und Fordern“ entspricht. Es ist der aktivierende Staat, der den Transferempfänger mit Hilfen und Auflagen wieder in Arbeit bringen soll. Die Erfolge lassen sich an der Arbeitsstatistik bis heute ablesen.

Die Agenda 2010 war und ist kein Programm des Sozialabbaus. Mit dem Motto „Sozial ist, was Arbeit schafft“ hat sie allerdings die Zielrichtung der Sozialpolitik geändert. Sozial ist nicht mehr der Geldtransfer, sondern die Arbeit. Dies ist nicht unsolidarisch. Zur Hilfe und Unterstützung des Staates müssen die Eigeninitiative und die Arbeitsbereitschaft des Hilfeempfängers hinzutreten. Dies ist Solidarität im eigentlichen Sinne.



Dr. Josef Schlarmann ist der Bundesvorsitzende der Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU und als überzeugter Marktwirtschaftler gegenwärtig in der Union mitunter einsamer Rufer in einer ordnungspolitischen Wüste

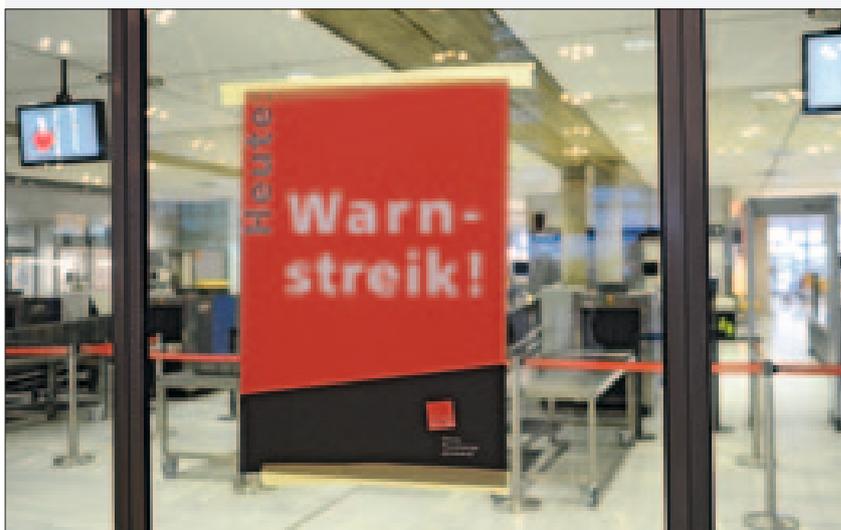
STREIKS DES SICHERHEITSPERSONALS Wenn Passagiere am Boden zu Geiseln werden

Angesichts der Streiks von Sicherheitspersonal für Personenkontrollen an deutschen Flughäfen und der damit verbundenen massiven Belastung unbeteiligter Personen fordert die Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU (MIT), das Streikrecht an dieser Stelle zu überprüfen und zu reformieren.

„Streik und Aussperrung gehören zur Tarifautonomie, aber jede Arbeitskampfmaßnahme muss den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit wahren und das Gemeinwohl im Auge haben“, sagt Dr. Josef Schlarmann, MIT-Bundesvorsitzender. „Wenn eine kleine Minderheit anhaltend erhebliche Kollateralschäden bei am Tarifkonflikt Unbeteiligten (z. B. Airlines, Flughafengesellschaften und Passagieren) auslöst, müssen solche Arbeitskämpfe mit Haftungsfolgen als unverhältnismäßig eingestuft werden“, so Dr. Schlarmann. Allein in Nordrhein-Westfalen sind die Sicherheitsdienste an Flughäfen bereits zum siebten Mal in diesem Jahr in den Ausstand getreten. Der Düsseldorfer Flughafen wurde bereits viermal und der Flughafen Köln/Bonn schon fünfmal bestreikt.

Bisher entscheiden Arbeitsgerichte im Einzelfall über die Verhältnismäßigkeit von Arbeitskampfmaßnahmen, wenn eine Seite klagt. Aus Sicht der MIT sind jedoch allgemein gültige und klare Vorgaben notwendig, um die negativen Folgen für Dritte zu begrenzen. Die MIT spricht sich für eine Regelung aus, wonach eine Gewerkschaft nicht beliebig oft einen unbetroffenen Arbeitgeber bestreiken darf und Streiks im Verkehrssektor generell nicht länger als eine Schicht dauern dürfen.

Darüber hinaus fordert die MIT den Bundesinnenminister auf, dafür Sorge zu tragen, dass die unvermeidlichen Sicherheitsprüfungen an Flughäfen in jeder Situation angemessen durchgeführt werden. Es handelt sich hierbei um eine hoheitliche Aufgabe, die grundsätzlich der Bundespolizei obliegt. Auch wenn die Bundespolizei hoheitliche Aufgaben an nachgeordnete privatwirtschaftliche Unternehmen vergibt, verbleibt es dennoch einzig und allein ihre Verantwortung dafür zu sorgen, dass auch extern vergebene Leistungen in der notwendigen Quantität, Qualität und Geschwindigkeit erbracht werden.



Über Monate hinweg nimmt die Gewerkschaft ver.di immer wieder zehntausende Flugreisende zu Geiseln, um ihre überzogenen Forderungen zu untermauern

Foto: dpa picture alliance

Wiedergeburt des Bierdeckels?

Von Peter Tauber, MdB

Gemeinsam mit fünf anderen Kolleginnen und Kollegen aus der CDU/CSU-Bundestagsfraktion habe ich Anfang März ein Konzept zur Steuervereinfachung vorgestellt. Worum geht es uns und warum kommt dieser Vorschlag jetzt zum Ende der Legislaturperiode?

Wir sind fast alle erst seit 2009 Abgeordnete des Deutschen Bundestages. Am Anfang der Legislaturperiode stand für die Frage im Vordergrund, in welchen Ausschüssen wir mitarbeiten und welche Aufgaben wir übernehmen. Nun wollen wir einen programmatischen Beitrag leisten, um ein gutes Wahlprogramm zu schreiben und uns – sollten wir wieder gewählt werden – etwas vornehmen.

Was schlagen wir vor?

Wir sind der Meinung, dass die Bürgerinnen und Bürger „Steuersicherheit“



MIT-Mitglied **Dr. Peter Tauber**, MdB, hat zusammen mit seinen Bundestagskollegen Thomas Bareiß, Dr. Carsten Linnemann, Tankred Schipanski, Nadine Schön und Thomas Silberhorn eine Initiative zur Vereinfachung der Einkommensteuer vorgelegt



Kommt die Bierdeckel-Steuererklärung doch noch?

und damit verbunden Planungssicherheit brauchen. Wir wollen daher keine Veränderung der Einkommenssteuersätze. Damit unterscheiden wir uns von der FDP und vor allem von den Steuererhöhungsparteien des linken Spektrums. Wir wollen zunächst die Haushaltskonsolidierung. Das geht ohne Steuererhöhungen, denn die Steuereinnahmen sind ja schon jetzt auf Rekordniveau. Wir wollen diejenigen, die ihre Steuern zahlen, nicht noch mehr belasten. Im Steuersystem fehlt es nicht an Einnahmen, sondern an Verständlichkeit und Transparenz – und somit an Gerechtigkeit.

Es geht um Vereinfachung

Wir wollen eine „Vereinfachungspauschale“ in Höhe von 2.000 Euro einführen. In dieser Pauschale werden Werbungskosten (z. B. Arbeitskleidung, Bürobedarf), Steuererleichterungen (z. B. Arbeitskosten für Handwerker) und außergewöhnliche Belastungen (z. B. Zuzahlungen auf Medikamente) zusammengefasst. Das Sammeln von Quittungen und Kassenzetteln würde dann für die meisten Steuerzahler der Vergangenheit angehören. Nur bei höheren Ausgaben müsste dann noch ein Einzelnachweis erbracht werden. Das permanente Streben nach Einzelfallgerechtigkeit und bürokratischer Perfektion hat in den letzten Jahren zu Ungerechtigkeit für alle geführt. Deshalb soll mit einer spürbaren Vereinfachung der Einkommensteuer das

Vertrauen der Steuerzahler in den Staat zurück erlangt werden.

Im Einkommensteuerrecht wollen wir einen automatischen Inflationsausgleich verankern. Zu diesem Zweck wird der Einkommensteuertarif um einen Inflationskoeffizienten ergänzt, um die „heimlichen“ Steuererhöhungen von vornherein zu vermeiden. Die sogenannte „kalte Progression“ ist eine stille Enteignung.

MIT-Bundesvorsitzender Dr. Josef Schlarman hat die Initiative der jungen Unions-Abgeordneten ausdrücklich begrüßt: „Das deutsche Steuerrecht mit seinen gut 200 Gesetzen und fast 100.000 Verordnungen gilt als das komplexeste Steuerrecht der Welt. Vor diesem Hintergrund begrüßt die MIT die Initiative der jungen CDU-Bundestagsabgeordneten, das deutsche Steuersystem zu vereinfachen und für mehr Steuersicherheit und Steuergerechtigkeit zu sorgen.“

Insbesondere das Thema Steuergerechtigkeit muss rasch angepackt werden. 1958 benötigte man das 20-fache Durchschnittseinkommen, um den Spitzensteuersatz zu erreichen. Heute reicht bereits das 1,2-fache des durchschnittlichen Einkommens von Vollzeit Beschäftigten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern aus. Für jeden Euro, den man mehr als 52.882 Euro verdient, werden 42 Prozent Einkommenssteuer zzgl. Solidaritätszuschlag fällig.“



Ihre Mitarbeiter binden: Mit *Sicherheit!*

Die betriebliche Altersvorsorge (bAV) ist attraktiv für Arbeitnehmer und Arbeitgeber: Arbeitnehmern bietet sie die Option, mithilfe des Arbeitgebers *zielgerichtet* und *effizient* fürs Alter vorzusorgen um die Rentenlücke zu schließen. Das steigert die *Leistungsbereitschaft* und erhöht die *Bindung* ans Unternehmen.

Arbeitgeber können neben einem qualifizierten Angebot an ihre Mitarbeiter u. a. von *Steuer – und Sozialversicherungsvorteilen* profitieren. Wichtig ist, die verschiedenen Durchführungswege dieser komplexen Vorsorgeform zu kennen um diese bedarfsgerecht anzubieten bzw. zu nutzen.

Für eine anbieterunabhängige Konzeptberatung nach dem *Best-Select-Prinzip* stehe ich Ihnen gerne mit Fachwissen und Erfahrung zur Verfügung.

Vereinbaren Sie ein persönliches Beratungsgespräch mit:

Direktor Versicherungen

Stephan Naskowiak

Swiss Life Select Deutschland GmbH

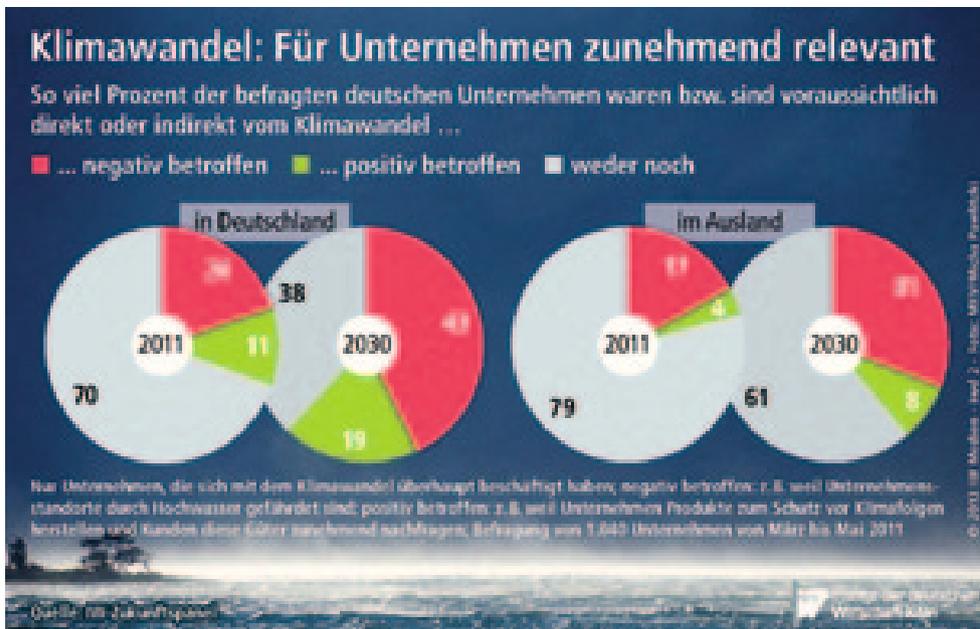
Postfach 51 01 40, 30631 Hannover

Telefon: 0511-90 20-53 32

bAV-service@swisslife-select.de



SwissLife
Select



trieben auch Chancen – vor allem dann, wenn sie Güter herstellen, die (besser) vor den Folgen von Hitze, Stürmen und ähnlichen Klimaextremen schützen. Gerade die Firmen der Elektroindustrie, des Fahrzeug- und des Maschinenbaus sowie der Bauwirtschaft rechnen mit positiven Geschäftsimpulsen. Insgesamt registrierten zuletzt bereits rund 18 Prozent der Unternehmen solche vorteilhaften Auswirkungen durch Klimaveränderungen – für 2030 erwartet sogar ein Viertel entsprechende Effekte.

Waren im Jahr 2011 erst 20 Prozent der Unternehmen vom Klimawandel an ihren heimischen Standorten direkt oder indirekt negativ und elf Prozent positiv betroffen, steigen diese Anteile bis 2030 auf 43 bzw. 19 Prozent.

UNTERNEHMEN MÜSSEN SICH WAPPEN

Jedes siebte deutsche Unternehmen klagt bereits heute über negative Folgen der Klimaveränderung – bis 2030 werden immer mehr Betriebe von höheren Temperaturen, stärkeren Stürmen sowie häufigerem und extremerem Hochwasser betroffen sein. Um sich an die Auswirkungen des Klimawandels anzupassen, müssen die Firmen die nötigen finanziellen und personellen Kapazitäten bereitstellen.

Der internationale Klimagipfel in Doha Ende vergangenen Jahres hat nur einen Minimalkompromiss zustande gebracht. Das Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) hat gut 1.000 deutsche Unternehmen gefragt, in welchem Maße sie sich vom Klimawandel betroffen fühlen und wie sie ihre Anpassungsmöglichkeiten einschätzen.

Relevanz des Klimawandels

Veränderungen des Klimas können Unternehmen direkt treffen – etwa wenn vermehrt sommerliche Hitzeperioden die Klimatisierung der Werkhallen verteuern oder häufigere Hochwasser den Gütertransport per Schiff im Inland erschweren. Die Firmen halten solche Risiken für zunehmend relevant: Im Jahr 2011 sahen sich lediglich 15 Prozent der befragten Unternehmen direkt vom Klimawandel negativ betroffen – für 2030 erwarten dies jedoch

fast 29 Prozent. Besonders stark dürften sich die Klimaveränderungen dann auf die Betriebe der Metallbranche, der Bauwirtschaft und des Logistiksektors auswirken. Darüber hinaus hat der Klimawandel auch indirekte Folgen für die Wirtschaft. Staatliche Verordnungen zum Klimaschutz wie das Emissionshandelsgesetz können die Produktionskosten in die Höhe treiben. Bereits heute sehen sich 24 Prozent der Unternehmen von solchen Regulierungen negativ betroffen – im Jahr 2030 werden es voraussichtlich sogar fast 36 Prozent sein. Allerdings bietet der Klimawandel den Be-

Anpassungsmöglichkeiten

Um mit den negativen Folgen des Klimawandels fertig zu werden, müssen die Unternehmen reagieren – indem sie beispielsweise in Hitzeschutzmaßnahmen investieren oder den Versicherungsschutz gegen Sturmschäden erhöhen. Für all dies müssen jedoch ausreichend Ressourcen vorhanden sein. In puncto notwendigen Wissens und technologischer Kompetenz sind die vom IW Köln befragten Firmen recht optimistisch, doch es gibt auch Probleme. Fast sechs von zehn Unternehmen halten ihre finanziellen Ressourcen, die zur Anpassung an den Klimawandel nötig wären, für gering. Auch fehlt es in gut jedem zweiten Unternehmen an Personal,



das sich um solche Anpassungsmaßnahmen kümmert.

Da jedoch die Folgen des Klimawandels für die Unternehmen derzeit noch sehr begrenzt sind, reichen die Kapazitäten in allen Branchen momentan unterm Strich aus, um notwendige Anpassungen vorzunehmen. Allerdings müssen die Firmen künftig

mehr Ressourcen bereitstellen, sonst könnte es im Jahr 2030 anders aussehen. Kritisch würde die Situation dann vor allem in der Logistikbranche, aber auch anderen Industriesparten wie der Energie- und Wasserversorgung könnte es schwerfallen, den Klimawandel zu meistern.

WIE UNTERNEHMEN SAUBER BLEIBEN



Es gibt vieles, was im Betrieb daneben gehen kann: Spuren von Altöl im Regenwassersammelbecken, asbesthaltige Abfälle in der Lagerhalle, schadhafte Filter in den Produktionsanlagen...

Immer strengere Gesetze, immer neue Regelungen – was gut für die Umwelt ist, verursacht bei Unternehmen oft Kopfschmerzen. Gerade kleine und mittlere Betriebe tun sich in vielen Fällen schwer, den Überblick über die Vielzahl von Vorschriften zu behalten. Doch Vor-

sicht: Bei Verstößen drohen ernste rechtliche Folgen. Allerdings ist eine ökologisch verantwortliche Betriebsführung in vielen Fällen auch ökonomisch von Vorteil. Zudem gibt es eine Reihe von Fördermöglichkeiten, erklärt die D.A.S. Rechtsschutzversicherung.

Es gibt vieles, was daneben gehen kann: Spuren von Altöl im Regenwassersammelbecken, asbesthaltige Abfälle in der Lagerhalle, schadhafte Filter in den Produktionsanlagen. Jedes Jahr registrieren die Behörden tausende Umweltstraftaten in Deutschland. Es muss nicht immer kriminelle Energie dahinterstecken. Doch auch, wenn es aus Fahrlässigkeit oder Unkenntnis zu Verstößen kommt, drohen bisweilen saftige Strafen. Anne Kronzucker, Juristin der D.A.S.: „Wer gegen die Umweltschutz-Vorschriften verstößt, dem kann ein ordnungsrechtliches oder sogar strafrechtliches Verfahren blühen. Die Folgen reichen von Bußgeldern bis hin zu mehrjährigen Freiheitsstrafen.“ Unternehmer, die sich nicht eingehend mit den Gesetzen befassen, gehen daher ein hohes Risiko ein. Allerdings macht es die steigende, unübersichtliche Menge umweltrechtlicher Regeln nicht leicht, alle geltenden Vorschriften zu berücksichtigen. Abfallwirtschaft, Chemikalienrecht, Klima-, Gewässer- sowie Immissions-, Strahlen- und Naturschutzrecht: Die gesetzlichen Regelungen sind vielfältig und komplex. Unabhängig von Branche und Unternehmensgröße: Betriebe müssen ständig auf dem Laufenden bleiben und die für sie relevanten Richtlinien und Grenzwerte herausfiltern.

Fördermöglichkeiten nutzen

Die gute Nachricht für kleine und mittlere Unternehmen ist: Sie können eine Reihe von Fördermöglichkeiten nutzen, um ihren betrieblichen Umweltschutz zu verbessern. Der Bund, die Länder und die EU bieten jeweils eine Vielzahl solcher Programme an. Sie vermitteln mit individueller Beratung, Workshops oder Seminaren ein umfassendes Knowhow zum Thema Umweltschutz. Einen Überblick dazu verschafft die Website www.foerderdatenbank.de.

FAHREN FÜR DEN FISKUS

Der Kraftstoffpreis besteht zu fast zwei Dritteln aus Steuern

Mit den Osterferien beginnt auch wieder die Preisrallye an den Tankstellen-Zapfsäulen. Eine gute Gelegenheit, sich das Preis- und Steuergefüge an den rund 14.300 deutschen Tankstellen einmal näher anzuschauen. Die Zahlen und Grafiken hat der Bundesverband mittelständischer Mineralölunternehmen (UNITI) zusammengestellt.

Dessen Mitgliedsfirmen beschäftigen etwa 60.000 Arbeitnehmer und realisieren einen jährlichen Gesamtumsatz von 31 Milliarden Euro.

Die Höhe der Mineralölsteuer wird in Deutschland immer noch mit einer gewissen ökologischen „Lenkungswirkung“ begründet, deren Fragwürdigkeit seinerzeit unter Rot-Grün ihren Höhepunkt erreichte, als vom „Rasen für die Rente“ die Rede war. Damals wurde die Erhöhung der Ökosteuer mit der Senkung von Sozialversicherungsbeiträgen verbunden, obwohl die Steuer in den allgemeinen Bundeshaushalt floss und fließt und keinerlei Zweckbindung unterliegt.

Die Steuerabgaben der Mineralölwirtschaft an den Bund betragen im Jahr 2011 (neuere Zahlen liegen noch nicht vor) 45,6 Mrd. Euro. Dies entspricht einem Anteil von 16,3 Prozent an den Gesamteinnahmen von 279 Mrd. Euro. An die Länder zahlte die Mineralölwirtschaft 2011 7,6 Mrd. Euro Steuern, dies entspricht dem Mehrwertsteuer-Anteil.

G. K.

PREISZUSAMMENSETZUNG IN DEUTSCHLAND



1) Quelle: MWV, Stand Oktober 2012

2) Deckungsbeitrag beinhaltet u. a. Kosten für Transport, Lagerhaltung, gesetzliche Bevorratung, Verwaltung, Vertrieb sowie seit Jan. 2007 Kosten für Biokomponenten und die Beimischung.

SO VIEL VERDIENT DER STAAT AN EINER TANKSTELLE

Was der Staat pro Tankstelle¹⁾ verdient

Energiesteuer ²⁾	2,27 Mio. Euro
Mehrwertsteuer auf Kraftstoffe ³⁾	1,13 Mio. Euro
Mehrwertsteuer auf Waren und Dienstleistungen	0,15 Mio. Euro
Gesamt	3,55 Mio. Euro

Außerdem werden u. a. an der Tankstelle bezahlt:

- Lohnsteuer
- Gewerbesteuer
- Tabaksteuer
- Grundsteuer
- Branntweinsteuer
- Rennwett-/Lotteriesteuer
- Kaffeesteuer
- Biersteuer
- Schaumweinsteuer
- Feuerschutzsteuer

SO VIEL VERDIENT DER STAAT AN EINEM LITER



So viel verdient der Staat pro Liter Superbenzin

91,93 ct¹⁾

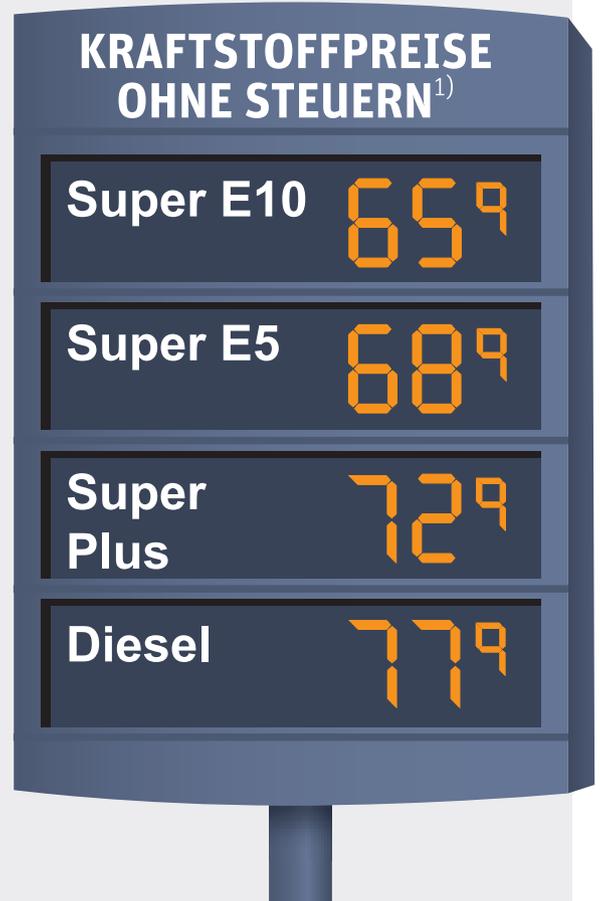
1 ct¹⁾

So viel verdient die Tankstelle pro Liter Superbenzin im Durchschnitt nach Steuern



Die angegebenen Preise entsprechen dem Stand vom Oktober 2012. Die Grafiken und weitere Informationen zum Zahlenhintergrund, vor allem die zahlreichen erklärenden Fußnoten, die wir aus Platzgründen an dieser Stelle nicht aufführen können, finden unsere Leser unter www.uniti.de

DAS WÜRD KRAFTSTOFF OHNE STEUERN KOSTEN



Gegengewicht zum Oligopol der ganz Großen

Im Dezember 2012 trat das Markttransparenzgesetz in Kraft. Dessen Ziel ist es, die Preisbildung bei Kraftstoffen im Hinblick auf ihre Wettbewerbskonformität genauer zu beobachten und hierfür eine Markttransparenzstelle Kraftstoffe beim Bundeskartellamt einzurichten. Die laufende Marktbeobachtung wird die Aufdeckung und Sanktionierung von Kartellrechtsverstößen der großen Mineralölgesellschaften erleichtern. Konkret bedeutet das: Die Tankstellen werden verpflichtet, ihre Kraftstoffpreise differenziert nach Sorten und in Echtzeit an die Markttransparenzstelle zu melden.

Die Markttransparenzstelle bereitet die gesammelten Daten auf und stellt sie privaten Anbietern von Verbraucherinformationssystemen über eine elektronische Datenschnittstelle zur Verfügung. Sie enthält auch eine Härtefallregelung für kleine Tankstellen. Ihnen wird frei gestellt, am System teilzunehmen. Wichtig ist aber: Verbraucherinnen und Verbraucher erhalten die Gelegenheit, sich z. B. im Internet, über das Navigationsgerät oder über eine Smartphone-App aktuell über die Kraftstoffpreise in ihrer näheren Umgebung zu informieren und ihre Wahl zu treffen. Mit diesem Vorgehen stärken wir auch die Position der mittelständischen freien Tank-

stellen. Denn sie sind es, die den Wettbewerb im Kraftstoffmarkt in Gang halten. Nur von Ihnen geht Druck auf die großen Mineralölgesellschaften aus. Die mittelständischen freien Tankstellen bilden ein schlagkräftiges Gegengewicht zum bestehenden Oligopol der großen Mineralölgesellschaften. Deshalb wollen wir die kleinen Tankstellen auch nicht mehr als erforderlich mit bürokratischem Aufwand belasten.

*Dr. Joachim Pfeiffer, MdB,
Wirtschaftspolitischer Sprecher der
CDU/CSU-Bundestagsfraktion*



Schlechte Noten, Schule abgebrochen, private Probleme... manche jungen Leute haben kaum Chancen auf einen Ausbildungsplatz

NEUEINSTELLUNGEN DAS ZAHLT DIE AGENTUR FÜR ARBEIT

Von Silke Becker

Gute Mitarbeiter mit gefragten Qualifikationen sind bekanntlich teuer. Wer auch Bewerbern eine Chance gibt, die nicht in jedem Punkt top sind, wird von der Agentur für Arbeit mit attraktiven Zuschüssen unterstützt. Wie überall, sollte man auch hier die Spielregeln kennen, damit Geld fließt.

Nicht zu alt und nicht zu jung, gesund, belastbar und flexibel, bestens ausgebildet und dazu noch die genau passende Berufserfahrung - so sieht wohl für die meisten Unternehmer der ideale Bewerber aus. Die andere Seite der Medaille: Diese Leute sind oft sehr gefragt, dementsprechend teuer und schwer zu bekommen. Bewerber, die die Einstellungsbedingungen nicht zu 100 Prozent erfüllen, werden dagegen im Auswahlverfahren schon allein aus Zeitgründen oft schnell aussortiert.

Minuspunkte haben beispielsweise Bewerber, die schon etwas älter sind, die schlechte bzw. veraltete Qualifikationen haben oder auch Menschen mit Behinderungen. Diese Personengruppen haben es auf dem Arbeitsmarkt schwer und suchen häufig sehr lange nach einem Job. Trotzdem handelt es sich oft um fähige und produktive Menschen, die nur darauf warten, dass sie endlich zeigen können, was sie drauf haben. Einmal eingearbeitet, sind auch Mitarbeiter mit Minuspunkten



Foto: Paul-Georg Meister/ pixello.de

häufig eine wertvolle Bereicherung für das Team. „Fast immer sind diese Mitarbeiter sehr motiviert und loyal, weil sie genau wissen, dass sie auf dem Arbeitsmarkt kaum Alternativen haben“, erklärt Paul Ebsen, Pressesprecher der Agentur für Arbeit in Nürnberg.

Ausgleich für Nachteile

Richtig ist aber, dass die Einarbeitung von Mitarbeitern mit Minuspunkten häufig etwas länger dauert, als die der Spitzenkräfte. Unternehmen, die solche Bewerber einstellen, haben also in der Anlaufphase tatsächlich

Nachteile. Das weiß auch die Agentur für Arbeit. Sie will Unternehmen die Entscheidung für solche „Arbeitnehmer mit Vermittlungshemmnissen“ erleichtern, wie sie im schönsten Behördendeutsch heißen.

Deshalb zahlt sie so genannte Eingliederungszuschüsse, um den mit der Einstellung zunächst verbundenen Mehraufwand auszugleichen. „Oft sind die Unternehmen sehr überrascht, wenn sie erfahren, welche Fördermöglichkeiten es im Einzelnen gibt“, so die Erfahrung von Paul Ebsen, der früher selbst lange in der direkten Beratung tätig war. Schließlich hat nicht nur die Agentur für Arbeit, sondern jeder Steuerzahler ein Interesse daran, dass auch Bewerber mit Minuspunkten nicht dauerhaft von staatlichen Leistungen leben, sondern wieder in Lohn und Brot kommen.

Eingliederungszuschüsse: Die Spielregeln

Grundbedingung, damit eine Neueinstellung gefördert werden kann, ist die Arbeitslosigkeit. Wenn der Bewerber nicht arbeitslos gemeldet ist, gibt's also kein Geld, auch nicht bei Behinderten. „Wir fördern aber auch, wenn ein Arbeitnehmer von Arbeitslosigkeit bedroht ist, beispielsweise wenn der bisherige Arbeitgeber insolvent ist“, so der Experte.

Außerdem darf der Arbeitsvertrag noch nicht unterschrieben sein. „Ist der Arbeitnehmer auch ohne Förderung eingestellt worden, bestand ja offensichtlich kein Vermittlungshemmnis“, erläutert der Ebsen diese Regel. Man kann also nicht im Nachhinein noch Geld bekommen.

Es muss nicht zwingend eine Vollzeitstelle besetzt werden, Eingliederungszuschuss wird auch für Teilzeitkräfte bezahlt. Den Antrag kann der Arbeitnehmer selbst stellen, aber auch der Arbeitgeber. Im Allgemeinen reicht eine Vorlaufzeit von vier bis sechs Wochen aus. Ansprechpartner ist immer die örtliche Agentur für Arbeit. Jeder Fall wird individuell betrachtet. Sowohl die Förderungsdauer als auch die Förderungshöhe hängen von der Art der Defizite und den nötigen Investitionen des Arbeitgebers ab.

Nach dem Auslaufen der Unterstützungsleistungen muss der Mitarbeiter nochmals so lange weiterbeschäftigt werden, wie die Förderung dauerte. Wurden also beispielsweise zwölf Monate Eingliederungszuschuss gezahlt, muss der Geförderte anschließend weitere zwölf Monate im Unternehmen bleiben. Befürchtungen, dass man den Mitarbeiter bei Problemen in der Zusammenarbeit nie wieder los wird, sind aber unbegründet. „Stimmt die Leistung nachweislich nicht, kann man das Arbeitsverhältnis nach Rücksprache mit der Agentur für Arbeit auch wieder beenden, ohne dass die Förderung zurückgezahlt werden muss“, erklärt Ebsen.

Vermittlungshemmnisse

Grundsätzlich zahlt die Agentur für Arbeit nur dann Eingliederungszuschüsse, wenn ein Bewerber auch tatsächlich Defizite und damit auf dem regulären Arbeitsmarkt nur



Foto: Agentur für Arbeit

Die Arbeitsagentur will Unternehmen die Entscheidung für Arbeitnehmer mit Vermittlungshemmnissen erleichtern

geringe Chancen hat. Für Top-Kräfte, die jederzeit problemlos einen Job bekommen, gibt's natürlich kein Geld. Die Palette der akzeptierten „Vermittlungshemmnisse“ ist jedoch breit gefächert. Als Faustregel gilt: Je mehr Minuspunkte zusammenkommen, desto mehr und länger wird gefördert. Ist der Bewerber also beispielsweise schon älter, behindert und hat außerdem Qualifikationsdefizite, gibt's mehr Geld, als wenn nur ein Punkt zutrifft. Was gilt nun als Vermittlungshemmnis?

Ein wichtiger Minuspunkt auf den flexiblen, jugendorientierten Arbeitsmärkten von heute ist das Lebensalter. „Je nach individuellem Fall gilt hier derzeit eine Altersgrenze von etwa 50 Jahren“, erklärt Paul Ebsen. Ein weiteres Vermittlungshemmnis sind Qualifikationsdefizite. Dabei geht es nicht nur um ungelernete Kräfte, sondern auch um Fachkräfte, deren Kenntnisse nicht mehr auf dem aktuellsten Stand sind. Dies wären beispielsweise Frauen, die wegen der Familie einige Jahre aus dem Beruf sind, erfahrene Arbeitnehmer, die aber bei bestimmten, modernen Maschinen oder aktueller Software nicht mehr ganz up to date sind oder Mitarbeiter mit unternehmensspezifischen Spezialkenntnissen, die auf dem restlichen Arbeitsmarkt kaum Chancen haben. „Alle diese Mitarbeiter benötigen in einem neuen Unternehmen eine längere Einarbeitungszeit als üblich und genau diesen Nachteil gleicht die Agentur für Arbeit durch den Eingliederungszuschuss aus“, erläutert der Experte.

Behinderte

Natürlich ist auch eine Behinderung ein Vermittlungshemmnis. Gerade in diesem Bereich sind die Einschränkungen sehr individuell. Klar, dass man einen Taubstummen nicht unbedingt im Callcenter beschäftigt oder einen Einarmigen als Möbelpacker einstellt. Doch es gibt sehr viele Positionen, auf denen Menschen mit Behinderung ihren Job genauso gut erledigen wie ihre nicht behinderten Kollegen. Schließlich spielt es keine Rolle, ob beispielsweise eine Sachbearbeiterin im Rollstuhl sitzt.

„Wer Behinderte einstellt, erhält von der Agentur für Arbeit bis zu 70 Prozent der Lohnkosten erstattet und zwar 24 bis 60 Monate lang, bei über 55-Jährigen sogar bis zu 96 Monate lang“, sagt Paul Ebsen. Ganz nebenher spart man auch noch die Behindertenabgabe. Wer trotzdem nicht sicher ist, ob ein behinderter Bewerber den Job schafft, kann ihn in vielen Fällen auch erst mal zur Probe einstellen. Dann übernimmt die Agentur für Arbeit maximal drei Monate lang alle erforderlichen Kosten.

Viele Unternehmer befürchten, mit teuren Umbauten belastet zu werden, beispielsweise um den Sanitärbereich behindertengerecht zu gestalten. Doch auch hier gibt's Geld vom Staat, das eventuell nötige Investitionen abfedert: „Die Agentur für Arbeit fördert je nach Fall und der Höhe der Investitionen mit individuell berechneten Zuschüssen, beispielsweise für spezielle

Arbeitsstische oder Tastaturen oder auch für Umbauten des Arbeitsplatzes oder der Sanitäranlagen“, so Ebsen.

Für Azubis: Einstiegsqualifizierung

Schlechte Noten, Schule abgebrochen, private Probleme... manche jungen Leute haben kaum Chancen auf einen Ausbildungsplatz. Verständlich, schließlich hat kein Unternehmer Lust, sich einen anstrengenden Problemfall ans Bein zu binden. Auf der anderen Seite müssen diese Jugendlichen in den Arbeitsmarkt integriert werden, um nicht auf Dauer zum Sozialfall zu werden. Deshalb bietet die Agentur für Arbeit Unternehmen einen Anreiz, auch solchen Jugendlichen eine Chance zu geben: die Einstiegsqualifizierung. „Damit kann das Unternehmen einen Azubi erst einmal testen, bevor es ihm einen vollwertigen Ausbildungsvertrag gibt“, erklärt Paul Ebsen.

Und das geht so: Der Jugendliche wird als Praktikant für sechs bis zwölf Monate eingestellt. In dieser Zeit erhält das Unternehmen pro Monat bis zu 216 € Zuschuss zur Ausbildungsvergütung sowie 107 € Zuschuss zur Sozialversicherung. Macht sich der Jugendliche gut, läuft der Vertrag als normaler Ausbildungsvertrag weiter, die Zeit des Praktikums wird dabei als Ausbildungszeit angerechnet. Auch hier muss das Unternehmen keine Angst vor endlosen Problemen haben: Klappt die Zusammenarbeit trotz aller Bemühungen nicht, läuft der Praktikumsvertrag einfach aus und die Sache ist erledigt.

Das Internetportal der Bundesanstalt für Arbeit unter www.arbeitsagentur.de (Menüpunkt „Unternehmen“) bietet weitere Infos und die hilfreiche Gratis-Broschüre „Was? Wie viel? Wer?“ zum Download (Menüpunkt „Veröffentlichungen/Merkblätter“). Telefonische Anfragen unter 01801 / 66 44 66 kosten beim ersten Anruf aus dem Festnetz 3,9 ct/min, mobil höchstens 42 ct/min, nach dem Erstgespräch erhält man Durchwahl des zuständigen Sachbearbeiters und kann zum üblichen Festnetztarif telefonieren.



Foto Clipdealer

Zielgruppen-Segmentierung zählt heute zum A und O jedes Unternehmens, wobei die „Best Ager“ wegen ihrer Kaufkraft besonders geschätzt sind

WER SEINE ZIELGRUPPEN NICHT KENNT, HAT SEINEN AUFTRAG VERPENNT

Von Hans-Jürgen Borchardt

Über Zielgruppen wird viel geredet. Auch Sie wissen, ebenso wie Ihre Wettbewerber, dass diese möglichst präzise definiert sein sollten. Je exakter Sie Ihre Zielgruppen bestimmen, desto individueller und erfolgreicher können Sie argumentieren und somit neue Kunden gewinnen und alte Kunden halten.

Ein Fehler, der häufig gemacht wird, ist die unzureichende Definition der Zielgruppen. Das hat zur Folge, dass die Aussagen in den Werbemitteln, insbesondere im Internet, viel zu allgemein sind, weil bei der Argumentation alles über einen Kamm geschoren wird. Ein Malermeister beschreibt seine Hauptzielgruppe beispielsweise so: „Sämtliche Haus- und Immobilienbesitzer in einem Einzugsbereich von 20 km.“ Das ist grundsätzlich nicht falsch aber völlig unzureichend. Diese Beschreibung ist etwa so als wenn Sie sagen: „Ich will ein Auto.“ Jeder würde sofort zurück fragen:

Lkw?, Transporter?, Kombi?, Pkw?, Welche Größe?, Welche Leistungsmerkmale?, Welche Marke?, Welche Ausstattung?, Maximalpreis?

Ein Malerbetrieb hat, um bei diesem Beispiel zu bleiben, wie nahezu alle Kleinbetriebe, im Normalfall fast immer vier bzw. fünf Kundengruppen:

- ▶ Privatkunden
- ▶ Gewerbliche Kunden
- ▶ Kommunale Kunden
- ▶ Mittler (Architekten, Beratungsfirmen, Immobilienverwalter)
- ▶ Empfehlende Kunden

Die vier Hauptgruppen haben neben den übergeordneten Grunderwartungen wie Qualitätsarbeit, positives Preis-Leistungsverhältnis, Zuverlässigkeit, Termintreue etc. weitere, individuelle Erwartungshaltungen an den Betrieb. Das können die umfassende Beratung, insbesondere bei Isolier- und Dämmarbeiten, eine möglichst geringe Belästigung während

der Ausführungszeit oder die besonders schnelle Ausführung und Abwicklung der Arbeiten sein.

Privatkunden

Wenn Sie Ihre Privatkunden wirklich individuell ansprechen wollen, bietet es sich an, folgende Unterteilung vorzunehmen:

1. Hausbesitzer von Ein- und Mehrfamilienhäusern
2. Repräsentative Häuser
3. Denkmalschutzte Häuser
4. Einfache Häuser (Reihenhäuser)
5. Hausbesitzer von Geschäftshäusern
6. Hausbesitzer von Neubauten (Bauherren)
7. Wohnungseigentümer
8. Mieter

Es ist einleuchtend, dass diese acht verschiedenen Kundengruppen sowohl gemeinsame als auch unterschiedliche Erwartungshaltungen an einen Malerbetrieb haben. Daher ist es sinnvoll, für die unterschiedlichen Anforderungen eigene Argumentationsketten zu entwickeln, damit diese bei Akquisitionsgesprächen und Angeboten auch vollständig zum Einsatz kommen.

Gewerbliche Kunden

Gewerbliche Kunden sollten nach Branchen klassifiziert werden, weil die Anforderungen jeweils (sehr) unterschiedlich sein können. Das reicht von der Arztpraxis bis zum Kühlraum und von der Sauna bis zur Kfz-Werkstatt. Je nach Schwerpunkt sollten hier individualisierte Argumentations-Muster entwickelt werden, damit die eigene Kompetenz in der Fachargumentation dargestellt werden kann.

Dazu sollten Sie die gewerblichen Kunden in zwei Gruppen unterteilen:

- ▶ Kunden mit professionellen Einkäufern (Einkaufsabteilungen)
- ▶ Kunden ohne professionelle Einkäufer

Hier muss jeder Betriebsinhaber für sich unterscheiden, ob er sich mit professionellen Einkäufern auseinandersetzen will. Da Einkäufer in größeren Betrieben zunehmend verlangen, dass die Anbieter ihre Kalkulation offen legen, gibt es re-



Foto Clipdealer

Man muss nicht unbedingt mit dem Fernrohr nach seinen Zielgruppen Ausschau halten, aber die Mühe einer genauen Segmentierung lohnt sich, weil sie die werbliche Ansprache erleichtert

lativ viele Inhaber von Handwerks- und Dienstleistungsbetrieben, die dieses ablehnen.

Dennoch gibt es einen Grund, dieser Forderung zuzustimmen. Ein mir bekannter Bauunternehmer ist der Aufforderung eines Einkäufers nachgekommen und hat seine Kalkulation, wie gefordert, in allen Details offen gelegt. Der Einkäufer hat das Angebot einschl. Kalkulation, Position für Position durchgearbeitet und meinem Bekannten gesagt, bei welchen Materialien und Leistungen er zu teuer ist. Gleichzeitig hat er im Gespräch erklärt, wo es welche Materialien preiswerter gibt und wie welche Leistungen preiswerter erstellt werden können.

Er hat den Auftrag mit einer zwar geringen Gewinnmarge erhalten, aber gleichzeitig so viel Informationen gewonnen, dass er den „Verlust“ bei den anderen Aufträgen mehr als wettgemacht hat.

Kommunale Kunden

Der Kreis kommunaler Auftraggeber ist begrenzt. Das Prozedere der Auftragsvergabe ist aufwändig und der Wettbewerb im Allgemeinen ziemlich groß. Da hier oft nur der Preis entscheidend ist, muss jeder Firmeninhaber für sich prüfen, ob er sich in diesem Bereich engagiert.

Etwas besser ist die Situation, wenn sich ein Betrieb auf einen Bereich spezialisiert hat, wie z. B. Denkmalschutz.

Dann ist der Wettbewerb geringer, und der Preis spielt nicht immer die entscheidende Rolle.

Mittler (Architekten, Beratungsfirmen, Immobilienverwalter)

Die Mittler und Empfehler können in bestimmten Branchen einen erheblichen Einfluss auf die Auswahl des Anbieters nehmen. Deshalb ist die Pflege dieser Kundengruppe in manchen Unternehmen ein Muss, während in anderen Branchen diese Zielgruppe vernachlässigt werden kann.

Wenn zum Beispiel ein Immobilienverwalter einen Malerbetrieb (nachdrücklich) empfiehlt, und der Preis sich im Rahmen der Wettbewerber bewegt, ist bereits im Vorfeld entschieden, wer den Auftrag erhält.

Für die Betreuung dieser Zielgruppe gibt es keine generelle Vorgabe oder Empfehlung. Hier sind der persönliche Kontakt, die Zusammenarbeit, die Informationsgestaltung etc. von den jeweiligen Bedingungen und Erwartungen abhängig. Offiziell sollten/dürfen Berater zwar keine direkten Empfehlungen aussprechen, aber Theorie und Praxis sind zwei verschiedene Dinge.

Empfehlende Kunden

Es scheint geboten, empfehlende Kunden als eine eigene Kundengruppe zu betrachten. Sie dürfen etwas, was andere nicht dürfen. Sie können Ihren Betrieb

mit Superlativen darstellen und empfehlen. Sie dürfen beispielsweise sagen: „Malermeister Mustermann ist der Beste. Der ist rundherum perfekt und außerdem noch preiswert.“

Viele Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe haben diese Möglichkeiten inzwischen erkannt und versuchen ihre Stammkunden zu Empfehlern zu machen. Es ist, wie allgemein bekannt, der preiswerteste Weg, neue Kunden zu gewinnen. Deshalb lohnt es sich, diese als eigene Kunden- bzw. Zielgruppe zu betrachten, weil sie Ihr Image, Ihre Akzeptanz und ihren Umsatz positiv beeinflussen können.

Überlegen Sie, mit welchen Maßnahmen und Leistungen Sie die Empfehlungen bei Ihren Kunden aktivieren. Die Möglichkeiten Empfehler zu aktivieren und zu belohnen sind vielfältig. Sie sollten jedoch darauf achten, dass die „Belohnung“ auf die Größe des vermittelten Auftrages abgestimmt ist.

Wenn Sie sich fragen: „Lohnt sich der Aufwand dieser fein gegliederten Segmentierung?“ ist das nur mit einem eindeutigen „Ja“ zu beantworten. Der Erfolg ist ein mehrfacher:

- Sie sammeln einmal sämtliche Argumente für die einzelnen Zielgruppen und haben diese dann immer zur Verfügung
- Sie argumentieren nicht mehr pauschal, sondern individuell, den Erwartungen und Wünschen der Kunden optimal angepasst
- Auf Grund Ihrer Argumentation erkennen die Kunden, dass Sie die Wünsche und Erwartungen, die mit dem Auftrag verbunden sind, kennen, und dafür die bestmöglichen Lösungen haben.
- Bedenken Sie, Sie müssen diese Arbeit nur einmal machen. Wenn Sie sich mit Ihren Mitarbeitern zusammensetzen, ist das relativ schnell abgearbeitet, denn der größte Teil der einzusetzenden Argumente ist ja bekannt. Sie müssen „nur“ die passenden Argumente der richtigen Zielgruppe zuordnen.



Unternehmen können es sich eigentlich gar nicht mehr leisten, sich nicht am digitalen Leben im sogenannten Web 2.0 zu beteiligen



SOCIAL MEDIA Chancen und Risiken für Unternehmen

Um eine eigene Webseite kommt heute kaum eine Firma herum. Doch was ist mit den viel diskutierten sozialen Medien? Handelt es sich bei Facebook, Twitter & Co. nur um eine Modeerscheinung, die ebenso schnell wieder verschwinden wird, wie sie aufgetreten ist – oder können es sich Unternehmer eigentlich schon gar nicht mehr leisten, sich nicht am digitalen Leben im sogenannten Web 2.0 zu beteiligen?

Wir leben in einer Empfehlungsgesellschaft. Studien zufolge suchen rund 70 Prozent aller Internet-Nutzer nach einer objektiven Bewertung eines Angebots durch Gleichgesinnte. Hat man seinem Ärger früher im Bekanntenkreis Luft gemacht, ist das jetzt im Web für alle einsehbar. Je häufiger ein Beitrag dabei von anderen Nutzern gelesen und kommentiert wird, desto weiter vorne wird er auch in den Ergebnissen der Suchmaschinen angezeigt – und verweist eventuell die Homepage einer Firma auf einen der hinteren Plätze. Diese Entwicklung

müssen auch Gewerbetreibende im Auge behalten.

„Egal ob jung oder alt – Millionen Deutsche verbringen inzwischen viel Zeit auf Plattformen wie Facebook oder Youtube und informieren sich in Blogs, auf Bewertungsportalen oder in Foren“, sagt Thomas Plünnecke, Communication Manager beim E-Mail-Anbieter GMX. „Die Menschen sprechen dort öffentlich über Unternehmen, Marken und Produkte.“ Firmen sollten dies als Chance begreifen und sich aktiv an diesen Gesprächen beteiligen, rät der Social Media-Experte. Denn: Wo sonst kann man mehr über die Wünsche der Kunden erfahren als dort, wo sich Kunden aufhalten? Und wo sonst kann sich ein Betrieb besser präsentieren als dort, wo Nutzer gezielt nach Informationen und Bewertungen suchen?

Schmähdikritik kann Ruf schädigen
Social Media hat das Kräfteverhältnis zwischen Anbietern von Waren oder Dienstleistungen und Kunden stark ver-

ändert. Viele Unternehmen nehmen ihre Kunden ernster und gehen aktiver auf sie zu – auch bei Problemen. „Eine oft angeklickte Schmähdikritik oder Verleumdung kann den Ruf massiv schädigen“, sagt Plünnecke. „Firmen sollten deshalb immer darüber informiert sein, was im Internet über sie berichtet wird.“ Sich einen Überblick über branchenrelevante Bewertungsportale und Foren zu verschaffen, ist hierfür nahezu unverzichtbar. Um stets auf dem aktuellen Stand zu bleiben, helfen außerdem „Such-Alarme“ der großen Suchmaschinen. Sobald ein Beitrag mit den hinterlegten Schlagwörtern erscheint, wird man automatisch per E-Mail benachrichtigt.

Kritik wird online häufig viel offener, teilweise auch aggressiver kommuniziert. Die einzige Möglichkeit, dem entgegenzutreten, ist, selbst auf entsprechenden Plattformen aktiv zu werden. „Dabei ist es wichtig, einen professionellen und ruhigen Umgangston zu wählen“, sagt Plünnecke. „Keinesfalls sollten Firmen sich

im Web 2.0 auf einen verbalen Schlagabtausch einlassen.“ Ausflüchte, Zensur und das Schwingen der juristischen Keule (z.B. Abmahnungen) schaden der Online-Reputation ebenfalls. „Negativem Feedback sollte mit konstruktiven Statements begegnet werden“, empfiehlt Plünnecke.

Um Mitarbeiter wie Kunden gleichermaßen vor beleidigenden Äußerungen oder einer Verletzung des Datenschutzes zu bewahren, ist es ratsam, im Vorfeld klare Spielregeln aufzustellen. Eine sogenannte Netiquette sorgt für Transparenz und vermeidet im Härtefall unnötige Diskussionen.

Texten für das Web

Das Web 2.0 ist der falsche Ort für Werbefloskeln und Marketingsprechblasen. Unternehmen sollten den Besuchern ihrer Online-Auftritte stattdessen einen Mehrwert bieten, um diese (langfristig) für sich zu begeistern und vielleicht ja als treue Markenbotschafter zu gewinnen.

GMX verfolgt diesen Weg seit einigen Monaten sehr erfolgreich. Der E-Mail-Anbieter hat unter der Internet-Adresse <http://newsroom.gmx.net> einen modernen Social Media Newsroom gestartet, in dem die Besucher wesentlich mehr finden als die vielfach üblichen Produktnachrichten, nämlich echte Insights wie Informationen über das Rechenzentrum des Unternehmens, Berichte zu Trendthemen, Branchen-Events und Marktentwicklungen oder wertvolle Sicherheitstipps für das tägliche Surfen im Web.

Firmen, die ihre Homepage oder Social Media-Profile regelmäßig mit Fachbeiträgen anreichern, schaffen die Voraussetzung, im Gespräch zu bleiben und möglicherweise sogar weiterempfohlen zu werden. So können einerseits zusätzliche Besucher zur eigenen Firmen-Homepage gelangen, andererseits verbessern eingehende Links das Ranking in den Ergebnislisten von Suchmaschinen.

Fazit: Gut geplant ist halb gewonnen

Nicht vergessen sollte man, Kunden auch offline anzusprechen und gezielt auf seine Social Media-Präsenzen aufmerksam zu machen. Ein dezenter Hinweis auf der Visitenkarte, ein auffälliger Aushang in den Geschäftsräumen – schon sind erste Facebook-Fans oder Follower bei Twitter gewonnen. „Der Erfolg von Social Media lässt sich jedoch nicht in Fan- oder Followerzahlen messen“, betont Thomas Plünnecke. „Wichtiger sind positive Multiplikatoren, die sich mit dem Unternehmen identifizieren und dessen Botschaft aktiv weiter verbreiten.“

Verschiedene Online-Kanäle zu bespielen, bedeutet übrigens nicht zwingend einen großen zeitlichen Mehraufwand. Denn moderne Homepage-Baukästen lassen sich heutzutage ganz einfach mit sozialen Netzwerken verknüpfen.

SMART-BUSINESS-SOFTWARE, DIE SPASS MACHT

Foto: Gerd Altmann/ pixelio.de

Die Cloud-Lösung lexoffice ist ohne jede Installation sofort einsatzfähig

Berührungsempfindliche Bildschirme lassen die Arbeit mit intuitiver Software noch leichter von der Hand gehen. Daher unterstützt die Online-Business-Software lexoffice ab sofort auch Windows 8. Das bequeme Erstellen und Versenden von Rechnungen, Angeboten, Lieferscheinen und Gutschriften ist so auch auf den neuesten Laptops, Desktop-PC, Tablets und Smartphones in der Welt von Windows 8 möglich.

Auf diese Weise kann der tägliche Büro-

kram plötzlich sogar Spaß machen: Mit der unterstützten Touch-Funktion geht der formale Teil des Geschäftslebens per Fingerzeig nun ganz einfach von der Hand. Die Lösung, die in einer mehr als einjährigen Zusammenarbeit von Entwicklern und über 800 Anwendern erstellt wurde, richtet sich insbesondere an Freiberufler, Selbstständige und Kleinunternehmer.

„Es ist uns sehr wichtig, dass auch Windows-8-Anwender nun auf unsere Appli-

kation zurückgreifen können“, erläutert Marco Müller, Senior Product Designer bei Haufe-Lexware. Über die intuitive Benutzeroberfläche können Anwender schnell und einfach die gewünschten Funktionen direkt aufrufen: Rechnungen, Angebote, Lieferscheine und Gutschriften lassen sich einfach erstellen. Zudem können sich Benutzer komfortabel einen Überblick über die aktuelle Finanzlage verschaffen.

Dokumente zu allen Geschäftsvorgängen lassen sich einfach aber gleichzeitig auch professionell und unter Einhaltung aller formalen Kriterien erstellen. Die fertiggestellten Dokumente können direkt für den Postversand vorbereitet werden. Und – lexoffice ist flexibel: Je nach branchentypischen Anforderungen stehen maßgeschneiderte Belegformen zur Verfügung.

Info: lexoffice ist unter <http://www.lexoffice.de> verfügbar – als Einführungsangebot für drei Monate kostenlos. Regulär ist lexoffice für 4,90 Euro netto im Monat erhältlich. Dies ohne weitere Verpflichtungen und ohne Mindestvertragslaufzeit



PRIVAT ODER NICHT PRIVAT

Aktuelle Urteile zur Besteuerung von Dienstfahrzeugen

Um die Besteuerung von Dienstfahrzeugen entsteht immer wieder Streit, der gerichtlich geklärt werden muss – vor allem die Privatnutzung ist ein Quell ständigen Ärgers

Um die Besteuerung von Dienstfahrzeugen entsteht immer wieder Streit, der gerichtlich geklärt werden muss. Denn Arbeitnehmer, die einen vom Arbeitgeber gestellten Dienstwagen auch privat nutzen, haben aus Sicht der Finanzbehörden einen geldwerten Vorteil. Dieser muss als Lohnbestandteil versteuert werden. Zur Anwendung kommen dabei zwei Verfahren: Wird ein Fahrtenbuch geführt, kann auf dessen Grundlage der Vorteil des Arbeitnehmers errechnet werden. Ohne Fahrtenbuch kommt die Ein-Prozent-Regelung zur Anwendung. Danach wird ein Prozent des Bruttolistenpreises des Fahrzeuges dem Arbeitnehmer monatlich als geldwerter Vorteil zugerechnet, den er versteuern muss. Nutzt der Arbeitnehmer den Pkw auch für Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte, sind außerdem pro Entfernungskilometer 0,03 Prozent des Brutto-Listenpreises als geldwerter Vorteil anzusetzen. Obwohl die Ein-Prozent-Regelung für den Fahrer bequemer ist, zahlt sich das Führen eines Fahrtenbuches meist aus. Dies gilt insbesondere bei einem tatsächlich geringen Anteil der Privatnutzung und bei Fahrzeugen, die gebraucht oder als Jahreswagen angeschafft wurden. Die D.A.S. Rechtsschutzversicherung stellt zwei Urteile zum Thema „Dienstwagen“ vor.

Unerlaubte Nutzung

Das niedersächsische Finanzgericht hatte einen Fall zu entscheiden, in dem es um die unzulässige Nutzung eines Dienstfahrzeuges ging. Ein bei einem Autohaus

angestellter Verkäufer hatte die Erlaubnis, Vorführwagen für Probe-, Vorführ- und Besuchsfahrten sowie für Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte zu nutzen. Jede weitere private Nutzung war untersagt. Eines Tages wurde er auf der nahen Vertragstankstelle des Autohauses dabei gesehen, wie er einen Vorführwagen für eine private Fahrt auftankte – in seinem Urlaub und auf Rechnung des Arbeitgebers. Es folgte eine Abmahnung. Auch das Finanzamt erfuhr davon und führte eine Lohnsteuerausßenprüfung des Autohauses durch. Man ging nun von einer privaten Nutzungsmöglichkeit für die Vorführwagen aus und setzte bei den Einkünften des Verkäufers einen zusätzlichen geldwerten Vorteil nach der Ein-Prozent-Regelung an. Der nachfolgende Rechtsstreit ging bis vor den Bundesfinanzhof. Dieser verwies den Fall an das Finanzgericht zurück, welches entschied: Die Anwendung der Ein-Prozent-Regelung setzt voraus, dass der Arbeitgeber seinem Arbeitnehmer tatsächlich einen Dienstwagen zur privaten Nutzung überlassen hat. Eine unbefugte Privatnutzung betrieblicher Fahrzeuge besitze keinen Lohncharakter. Im Streitfall sei damit kein geldwerter Vorteil entstanden.

*Niedersächsisches Finanzgericht,
Urteil vom 03.05.2012, Az. 1 K 284/11*

Anscheinsbeweis für private Nutzung?

Oft ziehen Finanzämter den sogenannten Anscheinsbeweis dafür heran, dass ein

Arbeitnehmer ein Firmenfahrzeug auch privat nutzt. Das bedeutet: Gibt es kein Fahrtenbuch, spricht aufgrund der allgemeinen Lebenserfahrung der „Beweis des ersten Anscheins“ für eine private Nutzung. Dieser Beweisführung sind jedoch Grenzen gesetzt. So auch im Fall einer Apotheke mit angeschlossener Arzneimittelherstellung. Das Unternehmen hatte 80 Mitarbeiter und einen Fahrzeugpool von sechs Firmenwagen. Aufzeichnungen über deren Nutzung gab es nicht. Das Finanzamt ging nach einer Außenprüfung davon aus, dass der bestbezahlte Mitarbeiter, der Sohn des Inhabers, auch den teuersten Dienstwagen, einen Audi A 8, privat nutzen könne.

Dafür sprächen die Lebenserfahrung und der Beweis des ersten Anscheins. Angewendet wurde die Ein-Prozent-Regelung. Das Unternehmen wandte ein, dass eine private Nutzung nicht stattfände und allen Mitarbeitern arbeitsvertraglich untersagt sei. Die Schlüssel der Firmenfahrzeuge würden im Betrieb in einem Schlüsselkasten verwahrt, es fänden stichprobenartige Kontrollen von Kilometerständen und Treibstoffverbrauch statt. Der Sohn des Chefs besitze zwei private Autos einschließlich eines Audi S 8. Das Finanzgericht erster Instanz gab dem Finanzamt Recht: Es liege nahe, dass der Sohn des Inhabers eine Sonderstellung habe und sich über arbeitsvertragliche Verbote hinwegsetzen könne.

Der Bundesfinanzhof beurteilte den Fall anders: Grundvoraussetzung für die Anwendung der Ein-Prozent-Regelung sei, dass der Arbeitgeber dem Arbeitnehmer die private Nutzung des Dienstwagens gestattet habe. Eine unbefugte Nutzung sei kein Lohnbestandteil. Der Anscheinsbeweis könne nur begründen, dass ein vom Arbeitgeber zur privaten Nutzung überlassener Dienstwagen auch tatsächlich privat genutzt werde. Darüber hinaus könne nichts weiter mit dem Anscheinsbeweis begründet werden. Das Finanzamt konnte hier also nicht einfach aufgrund der Lebenserfahrung davon ausgehen, dass der Sohn des Chefs sich nicht an seinen Arbeitsvertrag hielt oder das teuerste Auto der Firma auch privat nutzte.

*Bundesfinanzhof, Urteil vom 21.04.2010,
Az. VI R 46/08*



Der neue FORD RANGER auf dem deutschen Markt glänzend gestartet

Ein Auto für alle Fälle: Der neue Ford Ranger eignet sich sowohl als Handwerker- und als Familienauto

Die jüngste Modellgeneration der Pick-up-Ikone Ford Ranger hat ihre Deutschlandpremiere mit Bravour bestanden. Das neue Modell steht mit Heckantrieb, Einzelkabine und in XL-Ausstattung bereits ab 20.990 Euro netto zur Verfügung. Die vergleichbare Allradversion ist netto ab 22.435 Euro erhältlich. Die Top-Version „Wildtrak“ liegt bei gut 40.000,- Euro.

Mit dem Ranger setzt Ford Maßstäbe im Pick-up-Segment. Die hochmoderne Bauweise vereint ein besonderes Maß an Robustheit und Leistungsfähigkeit mit intelligenten Funktionen, einer beispielhaften Sicherheit und hohen Standards in puncto Qualität und Komfort. Die jüngste Auflage dieses On- und Offroad-Klassikers überzeugt erneut mit einem großen Variantenreichtum. Zur Auswahl stehen dabei Heck- und Allradantrieb, zwei fortschrittliche TDCi-Turbodiesel mit 2,2 oder 3,2 Liter Hubraum, die drei Karosserieversionen Einzel-, Extra- und Doppelkabine sowie die fünf Ausstattungslinien Basis, XL, XLT, Limited und Wildtrak. Ford bietet den Ranger auf über 180 Märkten weltweit an. Die für Europa vorgesehenen Exemplare laufen im südafrikanischen Werk Silverton in der Nähe von Pretoria vom Band.

Ein Auto für Haushalt und Arbeit

Mit dem neuen Ranger reagiert Ford auf die steigenden Kundenansprüche im Segment der kompakten Pick-ups. Viele Käufer nutzen ihren Ranger als einziges Auto im Haushalt – zugleich dient er aber auch als wichtiges Arbeitsgerät, mit dem sie Geld

verdienen. Alle diese Kunden verlangen einen Wagen, auf den sie sich verlassen können. Parallel dazu steigen die Ansprüche, die ein solches Modell in Bezug auf Ausstattung, Raumangebot und Komfort erfüllen muss. Der Innenraum des komplett neu entwickelten Ranger wartet mit modernem Design und einer Wohlfühl-Atmosphäre auf. Der Ranger mit Doppelkabine bietet nicht weniger als 23 verschiedene Stau- und Ablagefächer im gesamten Innenraum.

Den Fahrer erwartet eine Zwei-Zonen-Klimaautomatik und Geschwindigkeitsregelanlage sowie ein Navigationssystem mit 5-Zoll-Multifunktions-Farbdisplay und ein Audiosystem Radio-CD, das neben zahlreichen Schnittstellen für Bluetooth-, USB- und iPod-Anbindungen auch über eine Sprachsteuerung verfügt.

Allradantrieb zuschaltbar

Neu für diese Baureihe sind die Getriebe-Optionen. Zur Wahl stehen nun ein Schalter sowie – für die beiden stärkeren Motorisierungen – eine Automatik, beide mit sechs Vorwärtsgängen. Vorteil: ein generell reduziertes Drehzahlniveau, das sich auch auf den Kraftstoffkonsum positiv auswirkt. Alle in Deutschland angebotenen Varianten des Ford Ranger verfügen serienmäßig über einen manuell zuschaltbaren Allradantrieb. Im konventionellen Einsatz, also auf festen Straßen, treibt der Pick-up ausschließlich die Hinterräder an. Dies reduziert im Vergleich zum permanenten Allradantrieb den Kraftstoffverbrauch und den Verschleiß.

Günter Kohl

PEUGEOT 4008 Ein Löwe auf allen Vieren

Der weltweite Markt für geländegängige SUV (Sports Utility Vehicle) kennt auch in Deutschland seit Jahren nur eine Richtung: steil bergauf. Das gilt besonders für Fahrzeuge der Kompaktklasse (C-Segment) und der Mittelklasse (D-Segment). Zwei Fahrzeugklassen, in denen Peugeot traditionell stark aufgestellt und vertreten ist.

Mit dem 4008 setzt die Löwen-Marke ihre internationale Produktoffensive fort und baut sein richtungweisendes Angebot im Allradsegment weiter aus. Der 4,34 Meter lange, bis zu 150 PS starke 4008 wird in 50 Ländern vermarktet und ist damit ein zentraler Baustein des globalen Wachstumskurses der Löwenmarke. Mit seinem markanten Aussehen und dem effizienten Allradantrieb richtet sich der dynamische 4008 sowohl an Kunden, die bereits ein geländegängiges Fahrzeug besitzen, als auch an bisherige Limousinen- und Van-Fahrer, die ein alternatives Angebot suchen, das Freizeitspaß und Fahrfreude verspricht.

In Deutschland wird der kraftvolle 4008 ausschließlich mit drehmomentstarken HDi-Dieselmotoren mit serienmäßigem Rußpartikelfiltersystem und permanentem Allradantrieb angeboten. Das elektronisch geregelte System ermöglicht eine überzeugende Offroad-Performance und sorgt für hohe Sicherheitsreserven auf jedem Untergrund. Über einen Drehschalter in der Mittelkonsole kann der Fahrer zwischen drei Fahrmodi (2WD, 4WD, Lock) wählen.

Das kompakte SUV aus der Kooperation zwischen PSA Peugeot Citroën und Mitsubishi übernimmt unverkennbar das aktuelle Design der Löwenmarke. Seine Offroad-Tugenden

belegen nicht nur der permanente Allradantrieb, sondern auch Schutzbleche im Unterbodenbereich und verkleidete, weit ausgeschnittene Radkästen. Der Böschungswinkel vorn beträgt 19 Grad, hinten sind es 31 Grad. Die Bodenfreiheit misst großzügig bemessene 200 Millimeter. Ausflüge abseits der Straße sind somit jederzeit problemlos möglich.

Das auf Wunsch erhältliche Panorama-Glasdach lässt viel Licht in den Fahr-
gastraum und sorgt für ein einladendes Raumgefühl. Sorgfältig ausgewählte Materialien verleihen dem Interieur eine hohe Wertigkeit. Mit CO₂-Bestwerten in seinem Segment ist der 4008 ein durch und durch modernes SUV, das auch im Stadtverkehr dank kompakter Abmessungen immer seinen Weg findet.

Günter Kohl



Ein durch und durch modernes SUV, das auch im Stadtverkehr dank kompakter Abmessungen immer seinen Weg findet



TOYOTA

NICHTS IST
UNMÖGLICH

DER NEUE AURIS. DIE ALTERNATIVE.

Perfekt motorisiert für jeden Fuhrpark und Einsatzzweck:
Der erste Kompakte als Hybrid, Benziner oder Diesel.



Kraftvoll. Entspannend.
Sparsam.

Kraftstoffverbrauch innerorts/außerorts/kombiniert 7,9–3,7/4,8–3,7/5,9–3,8 l/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert 138–87 g/km (nach EU-Messverfahren). Abb. zeigt Auris mit Sonderausstattung. Mehr erfahren Sie unter **Tel. 022 34/102 21 10** oder **toyota.de/fleet**

**Exklusiv für Gewerbekunden:
Jetzt anmelden und eine
Woche kostenlos testen.¹**



QR-Code mit
Smartphone ein-
scannen und mehr
über den neuen
Auris erfahren.

Mtl. Leasingrate ab:

161€²

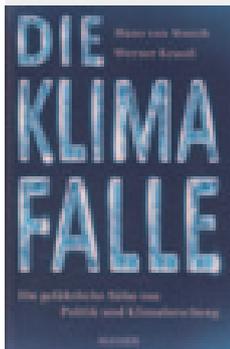
¹Nur bei teilnehmenden Händlern, inbegriffene Fahrkilometer erfahren Sie bei Ihrem Toyota Händler.

²Termine ab März 2013, exkl. Benzinkosten. Nur solange Vorrat reicht. Exkl. Selbstbeteiligung im Falle eines Unfalls.

³Unser Fuhrpark-Leasingangebot³ für den Auris 1,33-l-Valvematic, 6-Gang-Schaltgetriebe, 97 kW (132 PS). Leasingsonderzahlung: 0,-€, Laufzeit: 36 Monate, Gesamtleistung: 60.000 km.

⁴Ein Angebot der Toyota Leasing GmbH, Toyota-Allee 5, 50858 Köln, für gewerbliche Kunden, ab einem Fahrzeug im Bestand. Nur bei teilnehmenden Toyota Vertragshändlern. Gilt bei Anfrage und Genehmigung bis zum 30.04.2013. Auf der Basis der unverbindlichen Preisempfehlung der Toyota Deutschland GmbH per Januar 2013 exkl. MwSt., zzgl. Überführung und Zulassung. **Individuelle Preise und Leasingangebote bei den teilnehmenden Toyota Händlern.**

BÜCHER ►

**Die Klimafalle**

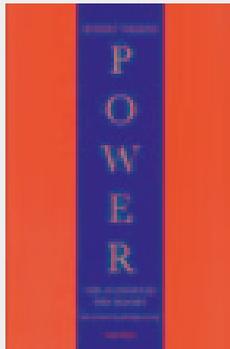
von Storch/ Krauß
Geb., 248 S., 19,90 Euro
ISBN 978-3-446-43507-0
Carl Hanser Verlag

Klimagipfel scheitern oder bleiben erfolglos, obwohl die Emissionen unaufhaltsam weiter steigen. Die inflationäre Ankündigung der Klimakatastrophe hat zu einem Verlust an Glaubwürdigkeit in Teilen der damit befassten Wissenschaft geführt. Die beiden Autoren – angesehene Klimaforscher – plädieren für einen pragmatischen Umgang mit dem Klimawandel an Stelle einer „politisierten Wissenschaft“.

Kauderwelsch

Mainhardt Graf Nayhauf (Hrsg.)
Broschur, 112 S., 9,95 Euro
ISBN 978-3-941118-93-5
Edition Lingen Stiftung

Landläufig herrscht die Meinung vor, dass Politiker Kauderwelsch sprechen und nicht wirklich verstanden werden möchten. Nayhauf, langjähriger BILD-Kolumnist, hat genauso hochkarätige wie prominente Autoren um sich versammelt, die sich mit Worthülsen und Verschleierungen politischer Akteure auseinandersetzen. Dabei geht es ebenso um die Frage, inwieweit dieses Kauderwelsch zur Politikverdrossenheit beiträgt als auch um die Rolle und Verantwortung der Medien in diesem Zusammenspiel.

**Power**

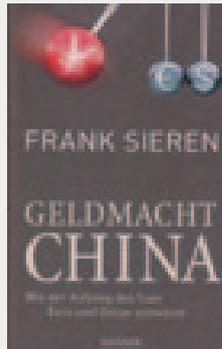
48 Gesetze der Macht
Robert Greene
Geb., 255 S., 14,90 Euro
ISBN 978-3-446-43485-1
Carl Hanser Verlag

Das Buch als Streifzug durch Politik, Geschichte und Literatur dominierte über Monate die Bestsellerlisten. Nun erscheint der Klassiker als Kompaktausgabe: knapp, prägnant und unterhaltsam. Wer Macht haben will, darf sich nicht lange mit moralischen Skrupeln aufhalten. Wer behauptet, dass Macht auch auf sanftem Wege erreichbar ist, verkennt die Wirklichkeit – nur wenige der Thesen des Autors, der Machiavelli nicht viel nachsteht.

Smart Meter Rollout

Christian Aichele/ Oliver D. Doleski (Hrsg.)
Geb., 565 S.
ISBN 978-3-8348-2439-4
Springer-Vieweg-Verlag

Dieser Praxisleitfaden, dessen Mitherausgeber MIT-Mitglied Oliver Doleski ist, beschäftigt sich mit einer der beherrschenden Aufgaben der deutschen Energiewirtschaft in den nächsten Jahren: dem Austausch analoger Messgeräte für Strom, Gas, Wasser und Wärme gegen elektronische Zähler, sog. Smart Meter. Zahlreiche Autoren aus Wissenschaft und Praxis setzen sich mit diesem flächendeckenden „Rollout“ auseinander.

**Geldmacht China**

Frank Sieren
Geb., 286 S., 19,90 Euro
ISBN 978-3-446-43487-5
Carl Hanser Verlag

Der Autor Frank Sieren, einer der maßgeblichen deutschen China-Kenner, beschreibt den neuen „Kampf der Systeme“: Parallel zu ihrem Aufstieg versuchen die Chinesen immer stärker, ihre eigene Währung, den Yuan, als Zahlungsmittel auf einer Höhe mit Euro, Dollar und Yen zu etablieren. So nutzen sie die Schwäche des Westens gezielt und strategisch, mit erheblichen Folgen für die Weltwirtschaft und deren Finanzplätze im Westen.

Compliance für KMU

Behringer (Hrsg.)
ISBN 978-3-503-13896-8

Schätzungsweise 11.000 Regeln und Dokumentationspflichten muss ein Unternehmen heutzutage einhalten. Die konsequente Verfolgung und Sanktionierung von Wirtschaftskriminalität bringt auch den Mittelstand verstärkt unter Handlungsdruck, ebenso wie neue Haftungsfragen für Gesellschafter, Vorstandsmitglieder und Prokuristen von KMU.

**Duden Arbeitszeugnis**

Geb., 224 S., 2. Aufl., 12,99 Euro
ISBN 978-3-411-74152-6
Bibliographisches Institut

Arbeitszeugnisse scheinen in einer eigenen Sprache geschrieben zu sein. Nur wenige Eingeweihte können das Geschriebene richtig deuten. Dieser Ratgeber hilft, diese Geheimsprache richtig zu verstehen – oder anzuwenden. Über 800 Mustertexte und Textbausteine für unterschiedlichste Berufsgruppen und Bewertungsstufen helfen, einen Arbeitnehmer sicher, schnell und vor allem richtig zu bewerten.



für Sie gelesen
von Günter Kohl

AKTUELLE URTEILE ▶

Die Fortbildung als Fehlinvestition

BAG; Urteil vom 21.08.2012;
3 AZR 698/10

Manchmal geht es schneller als gedacht. Gerade war der Arbeitnehmer noch auf Kosten der Firma zur Fortbildung, dann ist er auch schon weg. Der kluge Arbeitgeber baut solchen Situationen durch einen gut formulierten Vertrag vor. In einer Rückzahlungsvereinbarung können die Bedingungen festgeschrieben werden, unter denen der Arbeitgeber von dem Arbeitnehmer zum Beispiel bei Abbruch der Fortbildung die Kosten ersetzt verlangen darf.

So hat es auch der Kläger in einem vom Bundesarbeitsgericht zu entscheidenden Fall getan. Die einzelnen Positionen, die der Arbeitnehmer dem Arbeitgeber bei einem vorzeitigen Abbruch der Ausbildung erstatten muss, waren genau aufgelistet. Trotzdem scheiterte der Kläger mit seiner Klage vor dem BAG.

Das Gericht sah in der Formulierung einen Verstoß gegen das Transparenzgebot. Es reicht nicht, nur die einzelnen zu erstattenden Positionen zu benennen. Vielmehr sind die Positionen dem Grunde und der Höhe nach in die Vereinbarung zu schreiben. Dabei kann es ausreichen, wenn die Art und die Berechnungsgrundlagen benannt werden, die dann später eine Abrechnung ermöglichen. Beispielhaft werden Kilometerpauschalen und Tagessätze genannt. Der Verstoß gegen das Transparenzgebot führt dazu, dass die fehlerhafte Vereinbarung insgesamt unwirksam ist und der Arbeitgeber gar nichts von seinem Arbeitnehmer fordern darf.

Viel Rauch führt zu weniger Miete

LG Hamburg; Urteil vom 15.06.2012;
311 S 92/10

Rauchen ist nicht gesund, und Raucher dürfen deshalb in vielen Ländern nicht mehr in Gaststätten rauchen. Das ist nichts Neues. Vorbildliche Mieter vermeiden sogar das Rauchen in der gemieteten Wohnung und gehen ihrem Laster auf dem Balkon oder der Terrasse

nach. Dass das aber auch nicht immer das Richtige – zumindest für den Vermieter der darüber liegenden Wohnung – ist, stellte jetzt das Landgericht Hamburg in einer Berufungsentscheidung fest.



Die Mieter rauchen also auf dem Balkon. Das führt dazu, dass der Qualm durch ein Fenster in die obere Wohnung dringt. Diese Mieter mindern nun die Mietzahlung, da sie die Gebrauchstauglichkeit ihrer Wohnung beeinträchtigt sehen. Der Vermieter klagt die rückständige Miete ein.

Das Landgericht gab den Mietern Recht. Eindringender Zigarettenqualm kann zu einem Mietminderungsrecht führen. Das gilt insbesondere dann, wenn – wie hier – von einem starken Zigarettenkonsum auszugehen ist.

Privat ist nicht immer privat

BAG; Urteil vom 19.04.2012; 2 AZR 186/11

In den Betrieben wird die private Nutzung des betrieblichen Internetzugangs sehr unterschiedlich gehandhabt. In manchen Betrieben gibt es dazu überhaupt keine Regelung. In anderen ist die private Nutzung nur in den Pausen oder nach „Feierabend“ erlaubt. Viele Betriebe untersagen eine solche Nutzung sogar ganz. Und in einem solchen Betrieb war der Kläger als Abteilungsleiter beschäftigt. Er war schriftlich und mündlich darauf hingewiesen worden, dass jede private Nutzung von Internet und Email auch bei einem einmaligen Verstoß zu arbeitsrechtlichen Konsequenzen (Abmahnung, Kündigung) führen kann.

Der Kläger hat erheblich gegen diese Anweisung verstoßen und sogar auf Seiten mit pornografischem Inhalt zugegriffen. Ihm wurde nach der Entdeckung des Verstoßes sofort fristlos und hilfsweise frist-

gerecht gekündigt, wogegen er sich zur Wehr setzt.

Das Bundesarbeitsgericht sah keinen absoluten Kündigungsgrund in dem Verhalten des Klägers. Unter Bezugnahme auf viele Urteile früherer Zeit stellt das BAG klar, dass es zunächst einer Abmahnung bedurft hätte. Es ist stets davon auszugehen, dass bereits die Androhung von Folgen für den Bestand des Arbeitsverhältnisses den Arbeitnehmer positiv beeinflussen kann, wenn der Vorwurf in einem steuerbaren Verhalten liegt. Es sind zunächst „mildere Mittel“ wie eine Abmahnung zu wählen, wenn diese geeignet sind, beim Arbeitnehmer künftige Vertragstreue zu erreichen. Für den BAG ist eine Abmahnung auch für den Arbeitgeber zumutbar.

„E D“ führt nicht in die Irre

OLG München; Beschluss vom
08.11.2012; 31 Wx 415/12

Das Leben ist bunt und vielfältig! Und warum sollte dies nicht auch für Firmennamen gelten. So dachte eine Kauffrau und wollte ihre Firma als „E d e.K.“ in das Handelsregister eintragen lassen. Dabei stand das Kürzel „E D“ nicht für ihren Namen. Das Handelsregister verweigerte die Eintragung, mit der Begründung, es liegt ein Verstoß gegen das Irreführungsverbot vor. Das sah das Oberlandesgericht München aber deutlich anders.

Das Registergericht ist nur berechtigt, einen Eintragungsantrag zurück zu weisen, wenn durch die Bezeichnung der Firma eine Irreführung über die geschäftlichen Verhältnisse herbeigeführt wird. Diese „Verhältnisse“ müssen dann auch noch für den angesprochenen Verkehrskreis von wesentlicher Bedeutung sein. Wird für eine Firma ein nicht existenter Name verwendet, kann darin aber nach geltendem Recht keine relevante Irreführung liegen. Nach der inzwischen schon in die Jahre gekommenen Handelsrechtsreform sind auch Fantasie-, Sach- und Personenfirmen zulässig. Die Firmen sind damit viel freier in der Wahl eines auch werbewirksamen Firmennamens.

MIT verleiht Deutschen Mittelstandspreis



Auszeichnung für erfolgreiche Mittelständler (v.l.n.r.): Dr. Josef Schlarmann, Wolfgang Bosbach MdB, Denny Kunkel, Michael Keunecke, Peter Kriegl und Hartmut Schauerte

Die MIT hat erstmals Unternehmen mit dem Deutschen Mittelstandspreis ausgezeichnet. Auf dem Jahresempfang des MIT-Bundesvorstands in Berlin wurden drei mittelständische Unternehmen geehrt, die in vorbildlicher Weise herausragendes und nachahmenswertes Engagement mit innovativer und nachhaltiger Unternehmensführung verbinden. Der 1. Platz ging an Peter Kriegl von Essig Kriegl aus Pilsting (Kreis Dingolfing-Landau, Bayern). Das Unternehmen erzeugt und vertreibt eine umfangreiche Produktpalette rund um den kulinarischen Essig. Bestatungen Keunecke GbR (Wesel, Nordrhein-Westfalen) mit dem

Geschäftsführer Michael Keunecke erhielt den 2. Platz des Deutschen Mittelstandspreises. Den 3. Platz belegte Denny Kunkel mit seiner *letterei.de GmbH & Co. KG* (Groß-Gerau, Hessen), ein Dienstleistungsunternehmen für den Druck von Briefen mit Kuvertierung und Versand. Der Deutsche Mittelstandspreis der MIT orientiert sich an den Kriterien Geschäftsidee, Innovation, Arbeitsplätze, Ausbildungsbereitschaft sowie nachhaltiges Wachstum. Die Preise überreichten der MIT-Bundesvorsitzende Dr. Josef Schlarmann und der Jury-Vorsitzende Hartmut Schauerte. Im Anschluss an die Ehrung sprach Wolfgang Bosbach MdB zu den Gästen.

Voraussetzungen für Investitionen schaffen

Erstklassige Rahmenbedingungen sind wichtig für die Investitionsbereitschaft und Innovationsfähigkeit von Unternehmen in Deutschland. Bei einem Besuch der Firma SolarFuel GmbH in Stuttgart machten sich davon der stellv. CDU-Bundesvorsitzende Thomas Strobel, MdB, der

MIT-Landesvorsitzende Peter Ibbeken und die MIT-Landeskommission Energie und Umwelt ein Bild. Die Firma baut derzeit eine Power-to-Gas-Anlage für einen großen Automobilhersteller, die sich im realen Energiemarkt bewähren soll. Die Einweihung ist im Sommer 2013 geplant.

Treffen mit Ministerpräsident Volker Bouffier

Einen Gedankenaustausch mit einer Übereinstimmung in den wichtigen Fragen des Hessischen Mittelstandes gab es zwischen dem MIT-Landesvorstand und dem Ministerpräsidenten Volker Bouffier. Der MIT-Landesvorsitzende Frank Hartmann forderte den weiteren Abbau von Überregulierungen, Bürokratie und übertriebenen Standards. „Die Mittelständler brauchen Luft zum Atmen und wollen ganz einfach in Ruhe arbeiten“, erklärte Hartmann. Viele Vorschriften würden diese Arbeit behindern. Deshalb spreche sich die MIT dafür aus, den Weg des Bürokratieabbaus, den Hessen begonnen habe, konsequent fortzusetzen. Ministerpräsident Volker Bouffier ging auf das Mittelstandsförderungs- und Vergabegesetz ein. Es bringe dem Mittelstand viele Vorteile, um dessen Leistungsfähigkeit zu stärken. Die Bereitstellung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen und das hohe gesellschaftliche Engagement des Mittelstandes müsse ausdrücklich gewürdigt werden.

Herausforderung Energiewende



Stephan Kohler (rechts), Vorsitzender der Geschäftsführung der Deutschen Energie-Agentur GmbH (dena), diskutierte am Jahrestag der Katastrophe von Fukushima mit der MIT-Kommission Energie und Umwelt über die Herausforderungen der Energiewende in Deutschland. In seinem Eingangsstatement bezeichnete er die Maßnahmen zur Energieeffizienz als wesentlichen Schlüssel zum Gelingen der Energiewende. Ein hoher Anteil an regenerativer Energieversorgung sei nur mit der Erreichung größerer Effizienzpotenziale möglich. Es sei eine grundlegende Reform des EEG notwendig. Dafür plädiert auch die MIT-Energiekommission unter dem Vorsitz von Dieter Bischoff (links).

Viele Mittelständler fühlen sich von der Politik nicht mehr richtig vertreten

Interview mit dem Unternehmer Klaus-Dieter Weber (Sachsen-Anhalt)

Als Landesvorsitzender der MIT Sachsen-Anhalt engagieren Sie sich für die Interessen des Mittelstandes. Was sind aus Ihrer Sicht als Mittelständler die Kernanliegen? Wo drückt der Schuh am meisten?

Klaus-Dieter Weber: Da ich in mehreren Verbänden aktiv tätig bin, spüre ich die Bündelung vieler Themen, die vordergründig die mittelständischen Unternehmer und Unternehmerinnen beschäftigen. Es wird immer häufiger geäußert, der Mittelstand muss alles ausbaden. Die sozialpolitischen Geschenke müssen beendet werden. Viele Mitglieder sind ungeduldig, weil sie sich durch die gewählten Politiker nicht mehr als Unternehmer/innen bzw. Mittelständler vertreten fühlen.

Eines der Kernanliegen besteht darin, wie wir verstärkt Unternehmer und Unternehmerinnen in politische Gremien, von der kommunalen Ebene bis hin zum Bundestag, bekommen. Wir Mittelständler brauchen politische Verlässlichkeit. Wir wollen auf der Grundlage von Eigeninitiative und Eigenverantwortung arbeiten. Wir brauchen keine Mindestlohndebatten, denn die Demographie und der Markt regeln Lohnstrukturen alleine. Wir brauchen Politiker, wie z. B. John F. Kennedy, der jeden Morgen als erstes gefragt haben soll: „Was haben wir gestern für die Wirtschaft getan?“

Wie schätzen Sie die Lage der mittelständischen Wirtschaft in den neuen Bundesländern und in Sachsen-Anhalt ein?

Weber: Der Mittelstand ist im Wesentlichen das Rückgrat aller neuen Bundesländer. Dieses haben unsere Politiker besonders in der Zeit der Wirtschaftskrise feststellen können. Der Mittelstand hat durchschnittlich seine Eigenkapitalquote erhöht und seine Flexibilität ausgebaut.

Aus der gegenwärtigen Sicht macht es für mich den Eindruck, dass nur noch von der Finanzkrise im Zusammenhang mit Banken Krisen gesprochen wird. Was ich damit sagen will: Der Mittelstand spielt augenblicklich keine Rolle mehr. Viele gewünschte Neuregelungen der Bundes- als auch der Landesregierungen sind für den Mittelstand kontraproduktiv, z. B. Mindestlohn, Frauenquote, Wassercent oder auch ein neues Landesvergabegesetz.

Ich bin immer wieder erstaunt, warum man nicht aus der Vergangenheit lernt, dass der Markt bzw. die Soziale Marktwirtschaft die beste „Regulierungsbehörde“ darstellt.

Was bedeuten für Sie Christliches Unternehmertum und Unternehmerverantwortung? Welche Unternehmensphilosophie liegt dem Erfolg Ihres Unternehmens zu Grunde?

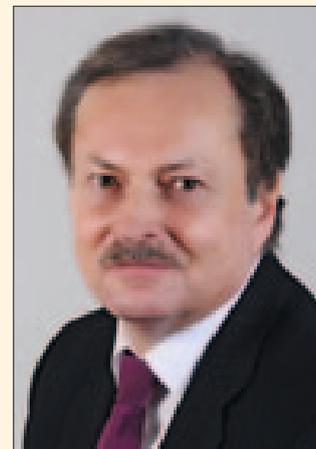
Weber: Grundsätzlich bin ich religiös erzogen. Da ich aus Ostdeutschland stamme, war das keine Selbstverständlichkeit, und ich bin meinen Eltern dafür sehr dankbar.

Ich pflege einen verantwortungsbewussten Umgang mit meinen Mitmenschen und Angestellten. In meinem Unternehmen sind mehr als 50 Frauen beschäftigt, tendenziell sind zwei Drittel davon allein erziehend.

Die qualitativ hochwertige Ausbildung, ausschließlich für den eigenen Bedarf, nimmt einen hohen Stellenwert ein. Möchte ein Mitarbeiter nach der Ausbildung oder zu einem späteren Zeitpunkt ein Studium absolvieren, so wird dieser wirtschaftlich begleitet.

Diese beschriebenen Bei-

spiele sind in meinem Unternehmen gängige Praxis. Eine Grundvoraussetzung hierfür ist eine hohe Flexibilität.



Klaus-Dieter Weber ist neben seiner Funktion als Landesvorsitzender der MIT Sachsen-Anhalt u. a. Präsident des Allgemeinen Arbeitgeberverbandes für Sachsen-Anhalt, Vorstandsmitglied des Automobilverbandes Sachsen-Anhalt, Mitglied im Industrieausschuss der IHK und Aufsichtsrat der Harz AG

MIT und MU
in den sozialen Netzwerken

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

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












Europa: Mittelstand im Mittelpunkt

Exklusiv-Interview mit Markus Ferber, Vorsitzender der CSU-Europagruppe im Europäischen Parlament

Sie haben gemeinsam mit ihrem Europaparlamentarkollegen Dr. Markus Pieper einen Parlamentskreis Mittelstand innerhalb der EVP gegründet. Welche Vorteile ergeben sich daraus für den Mittelstand?

Markus Ferber: Mit dem Parlamentskreis Mittelstand wollen wir Themen und Belange des Mittelstands mehr in den Fokus rücken. Innerhalb der EVP-Gruppe wollen wir uns dazu noch besser vernetzen. Themen wie Basel III, Berufsqualifikationen, Meisterbrief oder DIN-Normen erfordern zudem eine spezielle „deutsche Diskussion“. Anstehende EU-Gesetzgebung wird der PKM deshalb im frühen Dialog mit der Mittelstandsvereinigung der CDU/CSU und mit dem Berliner PKM der CDU/CSU im Bundestag diskutieren.

Denken Sie, dass Sie mit Hilfe des PKM deutsche Mittelstandsinteressen innerhalb der EVP und dem Europäischen Parlament besser artikulieren und durchsetzen können?

Ferber: In Brüssel planen wir einen intensiven Austausch mit Kammern und Wirtschaftsverbänden sowie spezielle Themenveranstaltungen für kleine und mittlere Unternehmen. Ich bin davon überzeugt, dass, wenn wir die Themen, die den Mittelstand betreffen, von Anfang an intensiv auch innerhalb der EVP begleiten und uns durch den ständigen Austausch Gehör verschaffen, es mit Sicherheit gelingen wird, Mittelstandsinteressen noch besser durchzusetzen.

Viele Mittelständler fühlen sich durch Richtlinien gegängelt. Wo muss Europa „schlanker“ werden?

Ferber: Groß im Großen, aber großzügig im Kleinen! Wir brauchen mehr Diversität nach innen und mehr Geschlossenheit nach außen. Zahlreiche Politikfelder sollten überprüft werden,

ob die Entscheidungen wirklich auf EU-Ebene oder nicht doch besser vor Ort bei den Bürgern getroffen werden sollten. Wie heißt es in Bayern so schön: „Leben und leben lassen!“ Also Konzentration auf das Kerngeschäft der politischen Herausforderungen. Dazu zählen der Patentschutz, Klimapolitik und die Finanzmarktregulierung. Hier sind wir nur stark, wenn wir als Europa mit einer Stimme sprechen. Ein einzelner Nationalstaat kann in diesen Bereichen in einer globalisierten Welt nichts mehr ausrichten.

Häufig wird Europa vorgeworfen, dass es auf Grund des geringen Entscheidungsspielraums des Europäischen Parlaments ein Demokratiedefizit hat. Wo braucht das Europäische Parlament zusätzliche Kompetenzen?

Ferber: Seit dem Vertrag von Lissabon hat das Parlament alle Rechte, die es braucht. Um es deutlich zu sagen: Ohne das Europäische Parlament geht auf europäischer Ebene gar nichts mehr. Zum Beispiel verhandeln wir derzeit zum ersten Mal in der Geschichte mit dem Minister-

rat und der Europäischen Kommission den Finanzrahmen für die kommenden sieben Jahre. Auch in den Bereichen Landwirtschaftspolitik, Energiepolitik, Zuwanderungsfragen und bei der europäischen Regionalförderung fungiert das Parlament jetzt auf Augenhöhe mit dem Ministerrat und der Kommission. Mehr Macht bedeutet auch mehr Verantwortung. Dieser Verantwortung sind wir uns als CSU-Europagruppe bewusst.

Wo sehen sie Europa im Jahr 2020?

Ferber: Die Herausforderungen wachsen und wachsen. Große Sorge bereitet mir Italien nach den Wahlen sowie das schwächelnde Frankreich. Frankreich ist nicht Zypern, sondern ein Schwergewicht im Euro-Raum. Das Land muss jetzt rasch und überzeugend Reformmaßnahmen angehen. Vor allem zur Ankurbelung der Wirtschaft und im Sozialbereich. Eine 35-Stunden-Woche und ein Renteneintrittsalter mit 60 sind schlicht nicht mehr zeitgemäß und den anderen europäischen Ländern gegenüber nicht fair. Eine starke Wettbewerbsfähigkeit und eine solide Haushaltspolitik sind für alle Länder des Euroraums entscheidend. Im schwierigen Umfeld der internationalen Staatsschuldenkrise und der schwächelnden Weltwirtschaft müssen wir die europäische Wettbewerbsfähigkeit bis 2020 dringend weiter steigern. Doch nicht nur im Finanz- und Wirtschaftsbereich kommen große Aufgaben auf uns zu, auch bei der Außenhandelspolitik, in Energiefragen und der Außenpolitik steht Europa vor großen Herausforderungen. Wir werden nur stark sein und die Interessen unseres Mittelstandes auf dem Weltmarkt vertreten können, wenn wir geschlossen auftreten. Ich hoffe, dass wir im Jahr 2020 in dieser Hinsicht, enger zusammengedrückt sind.



Markus Ferber, CSU-Europapolitiker, will Mittelstandsinteressen besser durchsetzen

MU-Landesvorstand Neujustierung der Energiewende

In der letzten Sitzung des MU-Landesvorstandes stand der Vorsitzende der CSU-Europagruppe, Markus Ferber, den Vorstandsmitgliedern für eine ausführliche Diskussion zur Verfügung. Ferber berichtete über die Gründung des Parlamentskreises Mittelstand innerhalb der EVP, zusammen mit seinem Europaparlamentskollegen Dr. Markus Pieper.

Im Zuge der sehr angeregten Diskussion ergaben sich viele Themenfelder, wie die Tachographenpflicht, die nachhaltige Bewältigung der europäischen Schuldenkrise und die Konzessionsrichtlinie. In Hinblick auf die Tachographenpflicht betonte Ferber, er unterstütze die Forderung des Mittelstandes, dass diese sich lediglich auf ihre Primärfunktion - die Einhaltung von Lenk- und Ruhezeiten - konzen-

trieren solle. Die konsequente Folge sei, dass sie auch nur für Unternehmen greifen solle, die von Lenk- und Ruhezeiten betroffen seien.

In Bezug auf eine Neujustierung der Energiewende hält die MU die Reduzierung der Strompreise für überfällig. Daher sei die von Bundesumweltminister Peter Altmaier geplante Strompreisbremse begrüßenswert. Geplant sind zudem die Reduzierung der EEG-Umlage und des EG-Solis. Problematisch für den Mittelstand sei allerdings, dass die Ausnahmeregelungen für energieintensive Unternehmen reduziert werden. Dies stelle für energieintensive Mittelstandsunternehmen einen klaren Wettbewerbsnachteil dar, so der MU-Landesvorsitzende Hans Michelbach.

MU-Fachausschuss Banken und Finanzmarkt

Zur ersten Sitzung nach den Landesvorstandswahlen konnte der Leiter des Fachausschusses und Landesvorstandsmitglied Rupert Mößmer knapp 20 Experten begrüßen.

Mößmer berichtete von den bisherigen Arbeitsschwerpunkten des Fachausschusses, die teilweise auch für dieses Jahr eine prägende Rolle in der gemeinsamen Arbeit darstellen sollen. So müssten die ausreichende Fremd- und Eigenkapitalversorgung für Mittelständler, die Risikokapitalbereitstellung für junge Unternehmer, die komplexe Thematik der Eurorettung, sowie nötige Investitionen in die Infrastruktur weiter behandelt werden.

Weitere Themen in der Diskussion waren die Besteuerung des Hochfrequenzhandels, die Problematik der Bewertungsreserven bei Versicherungen und die Regulierung von Schattenbanken.

MU-Fachausschuss Arbeit, Soziales und Gesundheit

Zur konstituierenden Sitzung des Fachausschusses Arbeits-, Sozial- und Gesundheitspolitik der Mittelstands-Union konnte der Leiter des Fachausschusses und stellv. MU-Vorsitzende Bernhard Kösslinger neben vielen langjährig Aktiven auch eine große Zahl neuer Mitglieder begrüßen.

Hauptaugenmerk soll auf der Formulierung eines Forderungskataloges zur Bundestags- und Landtagswahl in diesem Jahr liegen. Zu den Themen gehören neben anderen die **Bewältigung des Fachkräftemangels** sowie die **Problematik des Mindestlohns**. Das Einknicken einiger Unions-Politiker beim Mindestlohn wurde von den Mitgliedern des Fachausschusses stark kritisiert. Eine etwaige Einführung eines

Mindestlohnes würde gerade einmal ein Prozent der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer betreffen und bei den Mittelständlern als Leistungsträger eher auf Unverständnis stoßen. Bei einem weiteren Thema, den Gesund-

heitskosten, sollte weiterhin das Ziel verfolgt werden, die Arbeitgeberbeiträge weiter zu senken und die Regulierungsdichte zu minimieren.



Der Fachausschuss Arbeit und Soziales bei seiner konstituierenden Sitzung

Klausurtagung auf Gut Apeldör

Zur traditionellen gemeinsamen Klausurtagung trafen sich die Landesvorstände von Hamburg und Schleswig-Holstein auf Gut Apeldör im Kreis Dithmarschen. Schwerpunktthema in diesem Jahr war die

Energiepolitik, wozu Katrin Schirmmacher von der „Initiative Watt 2.0“ zu Beginn der Tagung referierte und mit den Vorständen diskutierte. Im Anschluss daran begrüßten die beiden Landesvorsitzenden Momme

Thiesen (SH) und Hjalmar Stemmann (HH) den MIT-Bundesvorsitzenden Dr. Josef Schlarmann, der die Vorstandsmitglieder auf die Bundestagswahl einstimmete. Am Samstagvormittag waren die beiden Fraktions-

vorsitzenden der CDU-Landtagsfraktion bzw. der CDU-Bürgerschaftsfraktion Johannes Callsen und Dietrich Wersich zu Gast, um über die Norddeutsche Zusammenarbeit und die aktuelle Arbeit der Landesparlamente zu berichten. Die Landesvorstände verabschiedeten u.a. eine Positionierung zur Reform des Rundfunkbeitrages und ein Energiepapier.



Die Teilnehmer der Klausurtagung der beiden Norddeutschen MIT-Landesverbände

Starker Mittelstand präsentiert sich

Zum Jahresempfang hatte die MIT Wolfenbüttel in diesem Jahr in die Kuba-Kulturhalle eingeladen. Der Vorsitzende Holger Bormann blickte zufrieden auf das vergangene Jahr zurück. Bürgermeister Thomas Pink forderte die MIT-Mitglieder in seinem Grußwort dazu auf, sich stärker in das politische Geschehen der Stadt einzumischen. Das Feld der Politik dürfe man nicht nur den Bedenkenträgern überlassen, man brauche auch Menschen, die einmal ein Risiko eingehen. Als Redner für den Abend konnte der IHK-Vizepräsident Helmut Streiff gewonnen werden.

In seinem Vortrag ging er auf den dringend erforderlichen Bürokratieabbau, die Schaffung von Stromautobahnen und die Auswirkungen der Energiewende ein. Dem MIT-Ehrenvorsitzenden Heinz Dieter Eßmann oblag das Schlusswort des offiziellen Teils. Er unterstrich die Tugenden, die ein Mittelständler haben muss: „Er muss eine gute Nase haben, um zu merken, wo sich eine Investition lohnt, muss Mut haben, neue Dinge anzupacken und darf nicht vergessen: Durchführen ist das Geheimnis des Erfolges“.

Ausgabenkritik fortsetzen

Steffen Kampeter, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister der Finanzen, hat vor der MIT-Kommission Steuern und Haushalt das Ziel der Bundesregierung bekräftigt, im Jahr 2014 einen strukturell ausgeglichenen Haushalt vorzulegen. Er rief die MIT auf dazu beizutragen, dass die Ausgabenkritik konsequent durchgesetzt wird.

Die strukturelle Null könne nur durch eine strenge Ausgabendiät erreicht werden. In der Diskussion sprachen sich die Mitglieder der Kommission erneut für eine Rücknahme der Vorfälligkeit der Sozialversicherungsbeiträge aus. Diese von der rot-grünen Bundesregierung eingeführte Regelung belastet Unternehmen massiv und entziehe ihnen Liquidität.



Parlam. Staatssekretär Steffen Kampeter mit den Vorsitzenden der MIT-Kommission Steuern und Haushalt, Christian Freiherr von Stetten (l.) und Oswald Metzger (r.)

NAMEN SIND NACHRICHTEN

MIT Brandenburg

Der Landesmittelstandstag der MIT Brandenburg fand in der Kulturscheune in Thyrow statt. Der MIT-Landesvorsitzende Hermann Kühnapfel begrüßte 48 Delegierte und Kreisvorsitzende. Die Tagung wurde von der Bundestagsabgeordneten Andrea Voßhoff geleitet. Aus dem südlichen Brandenburg richtete der Vorsitzende der Brandenburger Bundestagslandesgruppe Michael Stübgen, MdB, ein Grußwort an die Mittelständler. Als europapolitischer Sprecher der CDU/CSU-Bundestagsfraktion berichtete er über den aktuellen Stand bei der Eurokrise. Zu den weiteren Gästen gehörten Jens Koeppen, MdB, und fünf Brandenburger Landtagsabgeordnete. Bei der anschließenden Landesvorstandswahl wurde Hermann Kühnapfel mit 93 Prozent als Landesvorsitzender bestätigt. Als seine Stellvertreter wurden Dr. Eva Maria Hunteemann, Dr. Carmen Klockow, Rainer Oettel, Horst Tarnawski und als Landesschatzmeister Steffen Kissinger gewählt.



Erfolgreicher Mittelstandstag in Brandenburg mit Neuwahl des Vorstandes

MIT Magdeburg

Die MIT Magdeburg hat einen neuen Kreisvorstand gewählt. Neuer Vorsitzender ist Andre Nollmann. Seine beiden Stellvertreter sind Sabine Wölfer und Wolfgang Madzek. Zum Schatzmeister wurde Armin Burger ernannt. Der Vorstand wird durch die drei Beisitzer Michael Horstmann, Tino Sorge und Klaus-Dieter Theise vervollständigt.



Das neue Team der MIT Magdeburg mit Andre Nollmann (2.v.r.) an der Spitze

MIT Bonn

Die Bonner MIT wird nunmehr geführt von dem langjährigen Vorstandsmitglied Frank J. Schönhardt, der auch Mitglied der MIT-Vorstände im Bezirk Mittelrhein und im Land NRW ist. Schönhardt wird einen Schwerpunkt auf die politische Neuausrichtung der MIT hin zu den Bonner Mittelständlern legen, um die Vereinigung für Unternehmer und leitende Angestellte attraktiv zu machen. Bei den anstehenden Aufgaben stehen ihm als stellvertretende Vorsitzende die beiden CDU-Ratsmitglieder Monika Krämer-Breuer und Will Breuers zur Seite. Zum Geschäftsführer wählte die Mitgliederversammlung Alexander Dahm; neuer Schatzmeister ist Klaus-Peter Nelles. Als Pressesprecherin konnte Tina Brübel gewonnen werden.

MIT Zukunft

Die Fachsprecherin für Junge Unternehmer des MIT-Bundesvorstandes und stellvertretende MIT-Bundesvorsitzende Dorin Müthel-Brenncke lud kürzlich zur zweiten Runde der Arbeitsgruppe MIT Zukunft nach Berlin ein. Diese Arbeitsgruppe setzt sich aus jungen Mitgliedern der MIT aus allen Bundesländern zusammen und erarbeitet Vorschläge für eine moderne Öffentlichkeitsarbeit und Konzepte zur Gewinnung neuer Mitglieder. Gemeinsam mit dem PR-Experten Sidney Pfannstiel besichtigte man das neue TV-Studio der Mutterpartei und diskutierte Marketingstrategien sowie die Bedeutung von Zielgruppenanalysen im Vorfeld von Kampagnen.



Unser Foto zeigt von links Dorin Müthel-Brenncke, Sidney Pfannstiel, Olaf Grieb (MIT Hessen) und Astrid Jantz (MIT-Geschäftsführerin)

In eigener Sache

Der Mittelstands Magazin Verlag bietet grundsätzlich und insbesondere mit Blick auf die Wahlen dieses Jahres den Landesverbänden der MIT **regionalisierte Ausgaben des aktuellen Magazins** an. Die Regionalisierung kann sowohl aus einem eigenen vierseitigen Umschlag als auch aus einer Beilage oder einem Beihefter bestehen. Unverbindliche Info unter: info@mitmagazin.com oder Tel. 04305-992992


BAUSTELLE BERLIN
Liebe MIT-Streiter,

ja es ist eine hektische Zeit, Bundestagswahl, Landtagswahl in Hessen – wichtige Weichenstellungen zu unserem Bundeskongress in Braunschweig am 11./ 12. Oktober 2013 ...

Wie sieht die Ausgangslage Ende März aus: 12 verlorene Landtagswahlen für die CDU, vier CDU-Ministerpräsidenten weniger seit 2010! Die meisten Großstädte mit SPD- oder Grünen-OB's – vor wenigen Wochen ging auch noch die Stadt Wiesbaden an die SPD. Per heute käme Schwarz-Gelb in Berlin auf 46 %, die Union ist allein so stark wie Rot-Grün zusammen; auch Rot-Rot-Grün hat nur zwei Prozentpunkte vor Schwarz-Gelb, nämlich 48 %.

Denken wir nur zurück an das Jahr 2003/2004, als SPD-Kanzler Gerhard Schröder ebenfalls phantastische persönliche Zustimmungswerte als Bundeskanzler hatte wie heute Angela Merkel, dann wurde er abgewählt, weil Teile seiner Partei und seiner Wählerschaft ihm die Gefolgschaft versagten. Die letzten Wahlen mit stetig wachsenden Nichtwähleranteilen wecken bei der Union Besorgnis. Da hilft gewiss kein Themen-Klau mit asymmetrischer Demobilisierung...

Nun hat die SPD ihr Wahlprogramm vorgelegt – aber was ist letztlich davon zu halten, wenn Steinbrück mittlerweile im Wochentakt seine Meinung ändert – was er zum Beispiel im Falle eines Wahlsieges für

den Mittelstand zu tun gedenkt. Eigentlich wollte er doch „Klartext“ reden? Vielsagend dagegen sein Auftritt bei Anne Will Mitte März. Will wollte wissen, ob er denn schon ein Modell habe, wie die neue Vermögenssteuer umgesetzt werden soll, ohne den Mittelstand zu belasten. Darauf Steinbrück: „Nein, das muss ich auch nicht. Darüber werde ich nach der Wahl Auskunft geben!“ Also – die Katze bleibt im Sack. Bloß keine Wähler verschrecken, auch eine Art von Demobilisierung. Es ist solcherlei Verhalten, das dem Bürger sauer aufstößt - hier beginnt die Partei-verdrossenheit!

Die MIT wird sich voll in diesem Wahlkampf einbringen! Nein dies ist keine Drohung – sondern wir werden in unserer Kommunikationsstrategie unsere 140 der MIT angehörenden Bundestagskandidaten in ihrem Wahlkampf begleiten und sie unterstützen.

Die Maßnahmen, die die MIT plant, sollen im Idealfall die der CDU und CSU ergänzen, den Kern des Anliegens der MIT verstärken und dem jeweiligen Bundestagskandidaten das Gefühl vermitteln, seine MIT an seiner Seite zu haben! Kurzum: Die MIT sollte bei der Bundestagswahl jede Chance nutzen, sich als ein letztes Bollwerk des Mittelstandes in der Union zu positionieren!

Mit einer solchen Kommunikation lassen sich nicht nur die Grenzen zu mittelständisch orientierten Mitbewerbern wie der FDP aufbrechen – hier geht es schlicht um die Meinungshoheit!

baustelle@mittelstand-deutschland.de



Hier schreibt
MIT-Hauptgeschäftsführer
Hans-Dieter Lehnen

IMPRESSUM **Mittelstands
Magazin**
Herausgeber

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

Verlag

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

Chefredakteur

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

MIT-Inside

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

Redaktion Recht

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

Titelfoto

dpa picture alliance

Anzeigen

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

Anzeigenverkauf

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

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

Satz und Layout

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

Druck

CW Niemeyer Druck GmbH
Böcklerstraße 13, 31789 Hameln

Bezugsbedingungen

MIT MittelstandsMagazin erscheint zehnmal jährlich.

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

ISSN 0932-3325

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



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





Amarok für Profis
monatliche Leasingrate:

229 €¹

Wartung & Verschleiß
Aktion für nur 25,50 €⁵

Profi-Transporter
monatliche Leasingrate:

219 €²

Wartung & Verschleiß
Aktion für nur 25,50 €⁵

Profi-Crafter
monatliche Leasingrate:

239 €³

Wartung & Verschleiß
Aktion für nur 21,00 €⁵

Caddy EcoProfi
monatliche Leasingrate:

129 €⁴

Wartung & Verschleiß
Aktion für nur 18,00 €⁵

Leasen und finanzieren wie die Profis. Für Gewerbetreibende ohne Sonderzahlung.

Vier Profis, mit denen Sie richtig sparen. Dank attraktiver Leasingraten verschaffen Sie sich ungeahnten Spielraum für Ihr tägliches Geschäft. Natürlich können Sie sich Ihren Amarok, Transporter, Crafter oder Caddy® auch besonders günstig finanzieren lassen. Alle vier sind nicht nur wirtschaftlich, sondern auch hart im Nehmen und echte Zuladungswunder: mit 3,2 bis zu 17 m³ Laderaumvolumen. Außerdem sorgt die optionale Wartung & Verschleiß-Aktion von CarePort ab 18,- €⁵ im Monat dafür, dass Sie und Ihre Ladung nicht auf der Strecke bleiben. Übrigens: der Crafter ist laut DEKRA Gewinner seiner Klasse mit den geringsten Mängeln in der Kategorie „Transporter“ (mehr Informationen unter www.gebrauchtwagenreport.com)⁶. Jetzt müssen Sie nur noch erfahren, welcher Profi am besten zu Ihren Anforderungen passt. **Vereinbaren Sie am besten gleich eine Probefahrt: bei Ihrem Volkswagen Nutzfahrzeuge Partner.**



Nutzfahrzeuge

¹Dieses Angebot für gewerbliche Einzelabnehmer gilt bei allen teilnehmenden Händlern für den Amarok SingleCab, 2,0-l-TDI-Motor mit 103 kW, Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts von 9,3 bis 8,8, außerorts von 6,7 bis 6,2, kombiniert von 7,7 bis 7,2. CO₂-Emissionen in g/km: kombiniert von 202 bis 189. Gültig bis 30.06.2013. ²Dieses Angebot für gewerbliche Einzelabnehmer gilt bei allen teilnehmenden Händlern für den Transporter Kastenwagen, kurzer Radstand, 2,0-l-TDI-Motor mit 62 kW, Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts von 9,7 bis 9,4, außerorts von 6,3 bis 6,0, kombiniert von 7,5 bis 7,2. CO₂-Emissionen in g/km: kombiniert von 198 bis 190. Gültig bis 30.06.2013. ³Dieses Angebot für gewerbliche Einzelabnehmer gilt bei allen teilnehmenden Händlern für den Crafter 30 Kastenwagen mit Aktions-Grundpaket, mittlerer Radstand, 2,0-l-TDI-Motor mit 80 kW, Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts von 10,6 bis 10,1, außerorts von 7,9 bis 7,8, kombiniert von 8,9 bis 8,6. CO₂-Emissionen in g/km: kombiniert von 234 bis 226. Gültig bis 30.06.2013. ⁴Dieses Angebot für gewerbliche Einzelabnehmer gilt bei allen teilnehmenden Händlern für den Caddy EcoProfi Kastenwagen, 1,2-l-TSI-Motor mit 63 kW, Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 8,2 bis 8,0, außerorts 6,1 bis 5,9, kombiniert von 6,9 bis 6,7. CO₂-Emissionen in g/km: kombiniert von 160 bis 156. Gültig bis 30.06.2013. ⁵Bei Abschluss der Wartung & Verschleiß-Aktion in Verbindung mit einem Leasingvertrag der Volkswagen Leasing GmbH. Alle Leasingpreise gelten für eine Laufzeit von 48 Monaten und 10.000 km pro Jahr. Zzgl. Überführungskosten und MwSt., ohne Sonderzahlung. Entsprechende Bonität vorausgesetzt. Ein CarePort Angebot der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorner Straße 57, 38112 Braunschweig, in Zusammenarbeit mit Volkswagen Nutzfahrzeuge ausschließlich für gewerbliche Einzelabnehmer. ⁶DEKRA Gebrauchtwagenreport 2013, Kategorie Transporter, Volkswagen Crafter. Fahrzeug mit dem besten DEKRA Mängelindex (DMI) in irgendeinem Laufleistungsbereich in seiner Fahrzeugklasse. Der Produktname Caddy® ist eine eingetragene Marke von Caddie S.A. und wird von Volkswagen Nutzfahrzeuge mit freundlicher Genehmigung von Caddie S.A. benutzt. Abbildung zeigt Sonderausstattung gegen Mehrpreis.

Unsere Aufträge sind oft ziemlich komplex. Gut, dass unsere kaufmännischen Prozesse jetzt einfach sind.

Mit der Software DATEV Mittelstand pro erledigen Sie alle kaufmännischen Aufgaben ganz einfach. Vom Angebot bis zur Rechnung. Und durch den komfortablen Datenaustausch mit Ihrem Steuerberater sparen Sie sich Zeit und haben die Zahlen jederzeit im Griff. Mehr Informationen erhalten Sie bei Ihrem Steuerberater oder unter Tel. 0800 1001116.

www.datev.de/einfach



Kostenlos testen



Zukunft gestalten. Gemeinsam.