

DEUTSCHES
**HAND
WERKS
BLATT**

HANDWERKSKAMMER
RHEINHESSEN

№
03
23

BIM

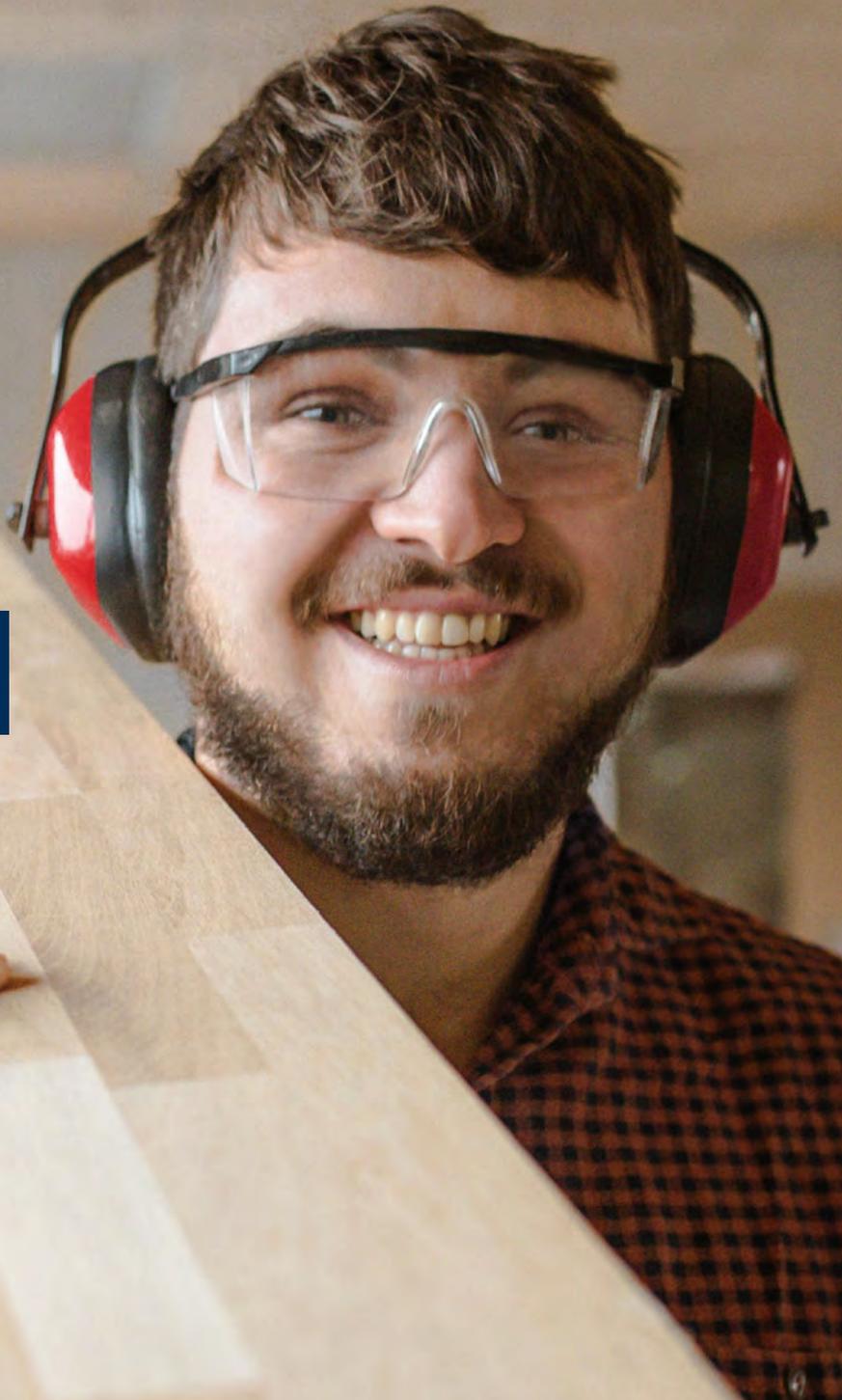
Mehrwert durch Building
Information Modeling

FINANZEN
Günstigere Alternativen
zum Überziehungskredit

KATASTROPHE
Bestatter leisten Hilfe
in der Türkei



RÜCKEN- WIND FÜR SELBST- STÄNDIGE



**BESTER
KMU-KREDIT**

**TARGOBANK
BUSINESS-KREDIT**



Ausgabe 39/2022

Mit unserem Business-Kredit

- Einfacher Antrag mit wenigen Unterlagen
- Schnelle Entscheidung, i. d. R. innerhalb von 24 Stunden
- Flexibel dank Sonderzahlungen

#chefsein

[targobank.de/geschaeftskunden](https://www.targobank.de/geschaeftskunden)

TARGO  BANK
GESCHÄFTSKUNDEN



BOTSCHAFTER SEIN

Liebe Handwerkskolleginnen und Handwerkskollegen,

im Rahmen der bundesweiten Imagekampagne des Handwerks hat das Meinungsforschungsinstitut Forsa im November 2022 eine repräsentative bundesweite Erhebung zum Bild des Handwerks bei den Bürgern durchgeführt. Auch die Handwerkskammer Rheinhessen steckt ja einen erheblichen Teil ihres Budgets in die Werbekampagne zur Gewinnung von Nachwuchskräften für unseren Wirtschaftsbereich. Da ist es dann auch nur logisch zu fragen: Was hat es denn gebracht?

Enttäuscht bin ich, dass sich das Ansehen des Handwerks und der Handwerksberufe in den letzten Jahren nicht wirklich verbessert hat. 41 Prozent der Befragten schätzen das Ansehen als hoch ein, dagegen meinen 58 Prozent, das Handwerk genieße ein niedriges Ansehen.

Immerhin hat sich seit 2020 der Anteil derjenigen, der gute Verdienstmöglichkeiten im Handwerk vermuten, von 36 auf 45 Prozent deutlich erhöht. Dieses dicke Brett wird also auch durch die Kampagne erfolgreich »gebohrt«.

Für mich fällt das Fazit also durchaus gemischt aus. Ich halte es allerdings für dringend notwendig, die Werbekampagne weiterzuführen.

»Lassen Sie uns alle zu Werbeträgern für unseren Berufszweig werden.«

Nur sie alleine wird es nicht richten: Zu allererst sollten wir es schaffen, als Handwerker und Handwerkerinnen selbst mehr positive Botschaften nach außen zu tragen. Jeder und jede von uns sollte also dringend überlegen, wie man selbst im eigenen Umfeld über den eigenen Beruf spricht. Lassen Sie uns alle zu Werbeträgern für unseren Berufszweig werden.

IHR HANS-JÖRG FRIESE

PRÄSIDENT HANDWERKSKAMMER RHEINHESSEN



KAMMERREPORT

- 6** Handwerk in der City-
Gespräch mit Sandra Klima
- 8** Attraktive Betriebe
finden Nachfolger
- 10** IT-Sicherheit: Hackerangriffe
- 11** Neues aus Rheinhessen
- 12** Aller Ehren wert: Gerhard Wunsch
- 14** Wie geht's?



S
8

Die Unternehmensberater der Handwerkskammer erklären, auf was Unternehmer im Vorfeld achten sollten, damit sie für eine Betriebsübernahme gut aufgestellt sind.

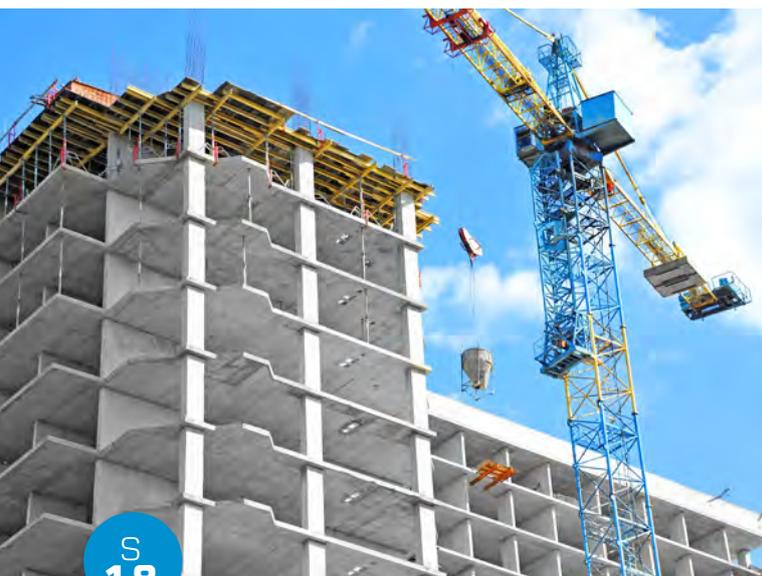


Foto: © iStock.com / unkas.photo

S
18

Die Kosten für den Neubau von Wohngebäuden erhöhten sich im Jahresdurchschnitt 2022 um 16,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr.



POLITIK

- 16** Mehrwerte für den Betrieb
- 18** »Wir müssen das Bauen endlich einfacher machen«



BETRIEB

- 20** Bauen als kollaboratives
Gemeinschaftsprojekt
- 22** Kompetente Beratung
- 24** Der Weg zum digitalen
Handwerksbetrieb
- 28** Social Recruiting in
sozialen Netzwerken
- 31** »Müssen Handwerk neu denken«
- 33** Sonderthema Energieeffizienz
und Nachhaltigkeit
- 38** Den Toten ihren Namen
zurückgeben
- 40** Günstigere Alternativen
zum Überziehungskredit
- 43** Urlaub verjährt erst nach
Hinweis des Chefs



GALERIE

44 Bunte Themen



KAMMERREPORT

48 Interview: Kompetenzen beim Holzbau stärken und ausbauen

50 ISB: Förderjahr im Zeichen von Flut und Corona

51 Berufsorientierung an den Schulen stärken

52 Servicecenter: bei Anruf- Antwort

54 Ausbildung optimieren

56 Social Media Beratung: Praktikantin zu Gast

Impressum



SIGNAL IDUNA 
füreinander da

Ihr PLUS auf dem Arbeitsmarkt.

Unsere betriebliche Krankenversicherung für Mitarbeitende.

Eine betriebliche Krankenversicherung von SIGNAL IDUNA kann für Ihr Unternehmen einen großen Unterschied machen. Investieren Sie in die Gesundheit Ihrer Mitarbeitenden mit Vorteilen für beide Seiten. Überzeugen Sie sich von unseren Leistungen.



S
52

Neuer Service für Mitgliedsbetriebe: Viele Anliegen mit einem Telefonat klären.

Handwerk ist Wachstumsmotor



ERREICHBARKEIT UND PARKPLÄTZE SIND WICHTIG, UM BETRIEBE CITYNAH ZU HALTEN, SAGT CITYMANAGERIN SANDRA KLIMA.

Das Handwerk gehört traditionell zu den Innenstädten: Bäcker, Fleischer, Friseure, Optiker, Hörakustiker, Goldschmiede prägen das bunte Bild in den Einkaufsstraßen. Aber auch Tischler (etwa Schreinerei Schollmayer), Zweiradmechaniker (etwa Radgeber) oder Anlagenmechaniker (etwa Schué, Foto links) finden sich in Mainz – noch. Denn neben den üblichen Themen wie Platzmangel und Parkplätze belasten nun auch noch die Krisen der vergangenen Jahre die Betriebe: Corona, hohe Energiepreise, Inflation. Der Verein Mainz City Management hat das Ziel, die Mainzer Innenstadt zu fördern und zu deren Aufwertung und attraktiver Gestaltung beizutragen. Das DHB hat die Mainzer Citymanagerin Sandra Klima im Gespräch.

DHB: Frau Klima, welche Bedeutung hat das Handwerk noch für die City?

Klima: Die Bedeutung des Handwerks für die City ist auch heute noch eine wesentliche. Auch, wenn zum Beispiel Metzgereien weniger werden, denke ich vor allem an Optiker, Hörakustiker, Schuster, Goldschmiede, Uhrmacher, Friseure und viele mehr. Diese Geschäfte sind es, die eine Innenstadt ausmachen und zu einem gelungenen Branchenmix beitragen. Gerade, wo die Auswirkungen der Pandemie und Krisen in Form von Leerständen sichtbar werden, kann das Handwerk zukünftig zu mehr Vielfalt und Verkehrsvermeidung beitragen. Die Ansiedlung von Showwerkstätten und – wo möglich – urbane Produktion kann hier zu einer lebendigen Innenstadt beitragen. Das Handwerk ist ein wichtiger Motor für Wachstum und Wohlstand in Deutschland und stellt einen wesentlichen Teil des Mittelstandes dar – auch für Innenstädte.

Foto: © Kristina Schäfer

Seit März 2021 ist Sandra Klima Citymanagerin in Mainz. Zu einer ihrer Aufgaben gehört es, Anliegen der Betriebe im Stadtgebiet weiter in die Politik und Verwaltung zu tragen.



Foto: © Sandra Klima

DHB: Würden Sie sich weitere oder andere Handwerksangebote in der Innenstadt wünschen?

Klima: Alles, was zu einem bunten, ausgewogenen Branchenmix beiträgt oder eine Aufenthaltsqualität in die Innenstadt bringt ist wünschenswert. Tendenziell komprimieren sich die Einkaufszonen. Gerade in den Randbereichen, werden Flächen frei. Hier sehe ich für Handwerksbetriebe wie Schneidereien, Instrumentenbauer et cetera Möglichkeiten, sich anzusiedeln. Handwerksbetriebe können genau das liefern, was die Menschen sich zunehmend wünschen: Regionalität, kurze Wege und transparente, nachhaltige Produktion. Die Nachfrage nach gutem Handwerk ist auch in der Innenstadt groß. Dementsprechend sollten die Rahmenbedingungen für Handwerksbetriebe geschaffen werden, sich überhaupt in der Innenstadt niederlassen zu können.

DHB: Mit welchen speziellen Angeboten kann es die Stadt dem Handwerk, City-nah zu verbleiben?

Klima: Die Erreichbarkeit und Parkmöglichkeiten für Betriebe sind zentrale Themen. Doch auch geeignete Flächen müssen zur Verfügung stehen beziehungsweise umgenutzt werden dürfen. Hier wünsche ich mir Flexibilität und rasches Handeln von der Verwaltung.

»Leerstände
zur Chefsache
machen.«

Sandra Klima,
Citymanagerin Mainz

DHB: Die Innenstädte müssen sich heute gegen ein attraktives Online-Angebot behaupten. Wie kann man die Menschen denn heute noch in die City locken?

Ein lebendige Innenstadt, mit attraktiven Angeboten, Events und Aufenthaltsqualität zieht die Menschen in jedem Fall an. Eine gute Beratung wissen die Kunden ebenfalls zu schätzen. Letztendlich ist jedoch das #mainzgefühl eine wichtige Komponente, die Menschen nach Mainz lockt.

DHB: Mainz hat einen neuen Oberbürgermeister gewählt. Was erhoffen Sie sich vom neuen OB in Bezug auf die Innenstadt?

Klima: Von unserem neuen OB erhoffen wir uns, dass die Entwicklung und Erreichbarkeit der Innenstadt und Ih-

rer Akteure weiterhin auf der Agenda stehen und der OB sich tatkräftig für die Belange der Innenstadt einsetzt. Leerstände zur Chefsache zu machen und quartalsweise Gespräche mit den Eigentümern dieser Immobilien zu führen, wäre zum Beispiel hilfreich. Die Unterstützung bei der Quartiersbildung und Einrichtung eines BID/LEAPS sowie das Einsetzen einer zentralen Stelle auf städtischer Seite, die sich für die Beseitigung von Graffitis kümmern, halten wir für wichtig.

DHB: Was steckt hinter dem Begriff BID/LEAPS, für das sich das Citymanagement engagiert?

Klima: Ein BID, also ein Business Improvement District, soll zu einer wirkungsvollen kleinräumlichen Verbesserung des wirtschaftlichen Umfeldes führen. Dies ist durch verschiedene Projekte möglich, wie etwa die Steigerung von Sicherheit und Sauberkeit im öffentlichen Raum, die Aufwertung des Straßenbildes oder die Ansiedlung neuer Branchen und Betriebe. Dreh- und Angelpunkt des 1970 in Toronto, Kanada gestarteten BIDs ist das eigenverantwortliche Handeln der lokalen Akteure.

Sie selbst sollen die Initiative zur Gründung eines BIDs ergreifen, Ziele definieren und Handlungskonzepte erarbeiten, die man gemeinsam für das betroffene Gebiet erreichen will.

Rheinland-Pfalz bietet seit 2015 die Möglichkeit, ein BID zu gründen. Hier heißen sie Lokale Entwicklungs- und Aufwertungsprojekte (LEAPs). Dort, wo BIDs bisher eingerichtet wurden, haben sie sich als wichtiges Element der Stadtentwicklung etabliert. Durch das Engagement und die Eigeninitiative von Grundeigentümern, Einzelhändlern, Gastronomen und Dienstleistern wurden Quartiere aufgewertet, Immobilienwerte erhalten und beispielsweise Leerstände wiederbelebt.

Attraktive Betriebe finden Nachfolger

ES GIBT WICHTIGE GRUNDVORAUSSETZUNGEN, DAMIT EINE BETRIEBSÜBERGABE GELINGEN KANN – UND DER RUHESTAND NICHT UNRUHIG WIRD

Text: *Christiane Faust*...

Gedanken über das Übermorgen machen – im arbeitsreichen Alltag eine Aufgabe, die gerne auch mal auf die ganz lange Bank geschoben wird. Scheinbar wie aus dem Nichts poppt Jahre später die Frage auf: Was passiert mit meinem Betrieb, wenn ich jetzt in den Ruhestand gehen möchte? Das ist ein Phänomen, das der Fachbereichsleiter der Betriebsberatung Oliver Jung und seine zwei Unternehmensberater der Handwerkskammer Rheinhessen nur zu gut kennen. Jung weiß aus Erfahrung: »Das A und O für eine gelungene Übergabe ist ein attraktiver Betrieb und das muss geplant werden.«

Doch was macht einen Betrieb attraktiv? Und wann steigt man am besten in die Planung ein? »Das Unternehmen muss wirtschaftlich erfolgreich und damit im Optimalfall deutlich attraktiver sein als eine Neugründung. Und damit eine Übergabe gut gelingt, sollte bereits drei bis fünf Jahre vorher mit der Planung begonnen werden«, erläutert Jung. Ältere Unternehmer fahren oft – mit dem Blick auf das nahende Rentenalter – ihren Betrieb runter.

»DANN IST DA NICHT MEHR SO VIEL«

Personal und Maschinen werden nicht mehr ersetzt, die Technik veraltet. Es wird auch nicht mehr in die Betriebsstätte investiert. Jung: »Dann kommt der Punkt, an dem die Inhaber sagen, ich höre jetzt auf. Dann müssen wir feststellen, dass da leider nicht mehr so viel Substanz für eine erfolgreiche Übergabe ist.« Auch wenn der Ruhestand schon zum Greifen nahe ist, sollte man weiter investieren. Denn ein potenzieller Käufer schaut darauf: Ist der Betrieb, den ich übernehmen will, in allen Belangen modern aufgestellt, oder arbeitet er noch so, wie der Großvater schon gearbeitet hat? »Das ist sicherlich nicht

immer falsch. Es gibt aber Berufe, da muss ich einfach up to date sein. Gerade Gewerke wie Sanitär- und Heizungsbau oder Elektriker. Die müssen den Markt so bedienen, dass sie immer am Puls der Zeit sind«, erklärt Jung. Wer nicht mit der Zeit geht, darf sich nicht wundern, wenn zum Schluss, außer dem Erlös durch den Verkauf des Inventars, nicht mehr viel übrigbleibt.

WERTEERMITTLUNG NACH AWH-VERFAHREN

Oft macht aber auch eine zu hohe finanzielle Preisvorstellung einen wortwörtlichen Strich durch die Rechnung. Denn die Ertragskraft des Betriebs muss neben einem auskömmlichen Unternehmerlohn des Nachfolgers auch den Kaufpreis erwirtschaften können. »Um eine realistische Orientierungsgröße als Verhandlungsgrundlage zu bestimmen, bieten wir unseren Mitgliedsbetrieben eine Wertermittlung nach dem anerkannten AWH-Verfahren an«, sagt Jung.

Manchmal muss der Geber aber auch noch die eigene Altersvorsorge regeln. Das ist oft nicht kurzfristig möglich. Ein Grund, warum eine Übergabe sehr gut und langfristig geplant sein sollte. »Dies zieht insbesondere bei Nachfolgen innerhalb der Familie weitere notwendige Entscheidungen nach sich. Bei manchen Unternehmern ist die Altersvorsorge noch unzureichend, sodass eine Schenkung an Tochter oder Sohn ausscheidet. Oder alternativ zwar eine Schenkung ins Auge gefasst wird, dabei jedoch für weitere Erbberechtigte Ausgleichsansprüche erfüllt werden müssen. Dies ist oft nur realisierbar, wenn die weichenden Erben ebenfalls im Rahmen der vorweggenommenen Erbfolge Vermögenswerte übertragen bekommen. Sie müssen auch dafür sensibilisiert werden,



Foto: © Manfred Grimmel

dass der Vermögenswert »Betrieb« mit deutlich höheren Risiken und Belastungen verbunden ist als beispielsweise geschenktes Bargeld, Wertpapiere oder auch Immobilien«, erklärt Jung. Auch das ist ein Grund, warum eine Übergabe sehr gut und langfristig geplant sein sollte.

Es nicht mehr so, dass es für jeden Betrieb auch einen Nachfolger gibt. »Grundsätzlich kann man sagen: Die attraktiven Betriebe, die die Grundvoraussetzungen erfüllen, finden in der Regel Nachfolger. Und trotzdem gibt es Faktoren, die man nicht aus den Augen verlieren sollte«, sagt Jung. Als Beispiel führt er den Standort an. »Junge Menschen zieht es heute mit ihrem Unternehmen in moderne Gebäude. Veraltete Räumlichkeiten sind für Übernehmer oft ein zwar emotionaler, aber häufiger Grund für Zurückhaltung.«

Die Übergabe eines Unternehmens ist ein langer Prozess, bei dem Sie die Unternehmensberater der Handwerkskammer Rheinhessen gerne begleiten.



UNTERNEHMENSBERATUNG

Die Unternehmensberatung der Handwerkskammer Rheinhessen bietet Unterstützung zu betriebswirtschaftlichen Themen wie etwa:

- Finanzierung und Fördermöglichkeiten
- Investition und Liquidität
- Controlling und Kostenrechnung
- Personal und Marketing
- Betriebsübergabe
- Begleitung bei Bankgesprächen

Existenzgründungsberatung

Wir helfen Ihnen gerne bei der Unternehmensgründung. Das Team der Handwerkskammer unterstützt Sie bei der Anmeldung Ihres Betriebes bei der Handwerkskammer, beziehungsweise der Eintragung in die Handwerksrolle.

Wir begleiten und beraten Sie gerne auch schon vor Ihrer Existenzgründung, wenn diese innerhalb Rheinhessens geplant ist. Unsere Tätigkeitsschwerpunkte im Bereich Existenzgründung sind:

- Aufzeigen von Gründungsformalitäten
- Geschäftsmodellentwicklung
- Erstellung eines Businessplans
- Förderprogrammberatung
- Vorbereitung Bankgespräche
- Beratung zu nebenberuflicher Selbstständigkeit

Die Beratungsleistungen sind auch schon vor Ihrer Mitgliedschaft kostenfrei.



Kontakt Unternehmensberatung:

Oliver Jung

Leitung Unternehmensberatung

T 06131 9992-272

o.jung@hwk.de

Rafaél Rivera

T 06131 9992-274

r.rivera@hwk.de

Anja Tott

T 06131 9992-273

a.tott@hwk.de

Aller Ehren wert

BERUFLICHES KNOW-HOW WEITERGEBEN, ZAHLT SICH FÜR ALLE BETEILIGTEN AUS:
GERHARD WÜNSCH IST SEIT 20 JAHREN IM HANDWERK EHRENAMTLICH AKTIV



Gerhard Wunsch kurz vor der nächsten Sitzung in der Handwerkskammer. Der 51-Jährige engagiert sich seit Jahren fürs Allgemeinwohl.

»Rund 1.000 Menschen engagieren sich ehrenamtlich im rheinhessischen Handwerk«

Text: *Christiane Faust*

Eine Arbeitswoche schlaucht, das ist nichts Neues. Doch für viele Berufstätige ist mit Feierabend noch lange nicht Schluss. Sie engagieren sich freiwillig im Verein, in der Nachbarschaft oder geben ihr Berufswissen weiter. Zusätzliche Arbeit, wenn andere schon längst die Beine auf die Couch legen. Was für eine persönliche Motivation steckt hinter dem Ehrenamt im Handwerk, wollte das DHB wissen. Mit Gerhard Wunsch starten wir unsere lose Reihe »Aller Ehren wert«.

Vizepräsident der Arbeitnehmerseite, seit 20 Jahren im Gesellenprüfungsausschuss und seit 15 Jahren im Meisterprüfungsausschuss der Handwerkskammer Rheinhessen, dazu noch Vorsitzender des Gesellenprüfungsausschusses

bei der IHK: »Je nach Terminlage kann ein Arbeitstag so schon mal sehr lang werden«, sagt Wunsch lachend.

»Ich will etwas bewegen, will über den Tellerrand schauen, mein Wissen weitergeben«, erzählt der Nieder-Olmer. Ihn treibt es bereits seit seiner Ausbildung zum Kfz-Mechaniker um: Nach abgeschlossener Lehre setzt der heute 52-Jährige eine Ausbildung zum Kfz-Elektriker drauf. Danach macht er den Kfz-Mechanikermeister, im Anschluss den Kfz-Elektrikermeister. »Das kann nicht alles sein, war mein Gedanke«, erinnert sich Wunsch. Er nimmt mit 29 Jahren das Studium zum Betriebswirt des Handwerks auf. Mit seinem umfangreichen Wissen bringt er es bis zum Ausbildungsleiter in der Mercedes-Benz Niederlassung in Mainz-Bretzenheim. Doch nach jetzt über 20 Jahren ist nun Schluss, denn er sucht neue Herausforderungen.

2022 macht Wunsch den internationalen Meister, um sich in der Entwicklungshilfe zu engagieren. Erst im Dezember war er in Georgien – hier will die dortige Wirtschaftskammer die Ausbildereignungsprüfung und die duale Ausbildung einführen. Wunsch stellte das deutsche System vor.



Fotos: © Gerhard Wunsch

EHRENAMT IM HANDWERK

Die ehrenamtliche Tätigkeit von Arbeitgebern und Arbeitnehmern prägt auch das rheinhessische Handwerk und seine Selbstverwaltung. So vielseitig wie das Handwerk selbst, sind auch die ehrenamtlichen Tätigkeiten im Handwerk. Wer sich in einem Ehrenamt einbringt, hat die Möglichkeit, die Zukunft des Handwerks in seiner Region aktiv mitzugestalten.

In welchem Ehrenamt kann ich mich engagieren?

- in den Prüfungsausschüssen
- als Ausbildungsbotschafter und -botschafterin
- in der Vollversammlung der Handwerkskammer
- in Arbeitgeberorganisationen wie den Innungen
- in den beiden Kreishandwerkerschaften
- bei den Unternehmerfrauen des Handwerks

Ein Ehrenamt bietet die Möglichkeit, Neues dazu zu lernen und den eigenen Horizont und die Kompetenzen zu erweitern. Viele berichten von neuen Freunden, die durch das gemeinsame Engagement für die Sache wachsen. Das ehrenamtliche Engagement in viele Vorteile – für die eigene, die berufliche und die gesellschaftliche Zukunft. **AO**



Haben Sie Interesse an einem ehrenamtlichem Engagement? Wenden Sie sich mit Ihren Fragen an info@hwk.de

»Das ist eine tolle Arbeit, die mich sehr befriedigt. Die Menschen dort sind wissbegierig, neugierig und haben eine hohe Lernbereitschaft. Mir tut es gut zu sehen, dass sie dankbar für unsere Unterstützung sind. Das motiviert mich natürlich auch.« Ein Jahr zuvor – während Corona – bekam er Besuch aus Nigeria (Foto oben). Sein Part war die didaktische Schulung der Ausbilder im Gewerk Metall.

Er stellt fest: »Den Ausbildern fehlt es in Nigeria und in Georgien an praktischem Wissen. Die Theorie ist da. Aber was hilft die, wenn ich nichts mit einer Blechschere anzufangen weiß. Unser Know-how ist da stark nachgefragt und kann viel zur nachhaltigen Entwicklung vor Ort beitragen.« Auch er verändere sich mit jedem Einsatz, gewinne an Erfahrung, erlebe andere Kulturen.

Zurzeit tickt die Uhr bei Gerhard Wunsch ein kleines bisschen langsamer. Jetzt steht erst mal sein Enkelkind an erster Stelle. Solange es noch keinen Kindergartenplatz hat, will Wunsch sich selbst um seine Enkeltochter kümmern. Überrascht hat ihn allerdings, dass es sehr schwer sei, einen Teilzeitjob zu finden. Also nimmt er sich jetzt die Zeit für private Projekte, die in den vergangenen Jahren liegen geblieben sind und sein ehrenamtliches Engagement. Etwas Neues findet sich, davon ist der umtriebige Meister überzeugt. »Wenn ich rumspinne, könnte ich mir sogar vorstellen, auf dem deutschen Arbeitsmarkt aufzuhören, um komplett in die Entwicklungshilfe zu wechseln.« Ganz klar sei eins: Seine ehrenamtliche Verantwortung will er nicht aufgeben. »Es ist viel Arbeit, aber er macht auch sehr viel Spaß. Schön wäre es, wenn sich noch mehr Menschen für andere engagieren würden.«

Das Handy piepst – eine Mail eines Schülers aus einem Meisterkurs: »Wie Prüfung? Tsss. Der Lehrer ist doch im Urlaub«, sagt Wunsch zu sich selbst. Schnell ist klar: Das Ehrenamt ist immer und überall.

KEINE CHANCE DEN CYBERANGRIFFEN – KAMMERTIPPS VON IT-EXPERTEN



»Schnell und überlegt handeln.«

Marc Siebert, Digitalisierungsbeauftragter der Handwerkskammer Rheinhessen.

Foto: © Thapana_Studio-stock.adobe.com

Text: *Christiane Faust*

Cyberangriffe – klingt nach Science Fiction, ist aber längst Realität im Handwerk. Hackerangriffe sind eine zu oft unterschätzte Bedrohung – solange, bis sie einen erheblichen Schaden im eigenen Betrieb anrichten. Das DHB spricht mit dem Digitalisierungsbeauftragten der Handwerkskammer Rheinhessen Marc Siebert darüber, was im Fall eines Cyberangriffs passieren kann. Und wie man das eigene Unternehmen präventiv davor schützt.

DHB: Herr Siebert, was genau steckt hinter dem Begriff »Cybercrime«?

Siebert: Prinzipiell bezieht sich Cybercrime auf sämtliche Straftaten, die über das Internet begangen werden. Es gibt eine stetig wachsende Zahl von Cyberkriminellen mit finanzieller Motivation. Die haben sich auf immer raffiniertere und ausgeklügelte Methoden spezialisiert, um an persönliche und vertrauliche Informationen zu kommen. Um sich vor diesen Online-Bedrohungen zu schützen, sollten Handwerksbetriebe angemessene IT-Sicherheitsvorkehrungen ergreifen.

DHB: Wenn ein Hacker das System übernommen hat: Wie geht ein Betrieb am besten vor?

Siebert: Dann ist es besonders wichtig, schnell und überlegt zu handeln, um den Schaden zu minimieren und möglichst weitere negative Auswirkungen zu verhindern. Mögliche Schritte, die dabei unternommen werden sollten, sind: Alle betroffenen Geräte sofort vom Netzwerk und dem Internet trennen, um eine schnelle und weitere Ausbreitung des IT-Angriffs auf den betriebli-



Der Digitalisierungsbeauftragte Marc Siebert berät Betriebe zu Themen rund um den digitalen Wandel.

Foto: © PicturePeople

chen Systemen zu verhindern. Unmittelbar, nachdem der Angriff bemerkt wird, sollte Sie die Geschäftsleitung, falls vorhanden, das Firmen-Sicherheitsteam und weitere externe IT-Sicherheitsexperten informieren und hinzuziehen, um Unterstützung bei der Untersuchung des Vorfalls und bei der Wiederherstellung der Systeme zu erhalten. Informieren Sie nach Rücksprache mit den IT-Sicherheitsexperten auch Ihre Kunden oder andere betroffene Personen über den Vorfall. Ebenso empfiehlt es sich den Vorfall bei den zuständigen Behörden, insbesondere wenn es sich um einen schwerwiegenden Angriff handelt, bei dem personenbezogene Daten gestohlen wurden, zu melden.

DHB: Wo kann ich mich hinwenden? Gibt es spezielle Anlaufstellen?

Siebert: Betriebe, die Ihre IT-Sicherheit erhöhen möchten, können sich gerne für eine kostenfreie Beratung an ihre zuständige Handwerkskammer wenden. Ergänzend zu diesem Beratungsangebot haben die rheinland-pfälzischen Handwerkskammern gemeinsam mit dem Landeskriminalamt Rheinland-Pfalz (LKA) und Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) eine Online-Veranstaltungsreihe zu dem Thema konzipiert.

Die Handwerkskammern bieten dazu zwei Veranstaltungen an: Hackerangriffe Teil 1: Reale Gefahr für Handwerksbetriebe! **Donnerstag, 16. März 2023, 10 bis 11.30 Uhr**, Teil 2: So schützen Sie Ihren Betrieb mit praktischen Tipps zur direkten Umsetzung! **Mittwoch, 22. März 2023, 10.00 bis 11.30 Uhr**. Weitere Infos: hwk.de/veranstaltung



Ansprechpartner

Marc Siebert
Digitalisierungsbeauftragter
T 06131 9992-275
m.siebert@hwk.de

»RHEINHESSEN QUALIFIZIERT«

NEUES NETZWERK WILL BESCHÄFTIGUNGSSUCHE ERLEICHTERN

Auf Initiative der Agentur für Arbeit in Mainz haben sich die relevanten Arbeitsmarktakteure in Rheinhessen zu einem Netzwerk »Rheinhessen qualifiziert« zusammengefunden.

Ziel der Kooperation, in der etwa die Arbeitsagentur, IHK und Handwerkskammer, die Jobcenter und Wirtschaftsförderungen der Region, die Kommunen und der DGB vertreten sind ist es, die bestehenden Förderprogram-

me und Angebote untereinander bekannter zu machen und es den Unternehmen, den Beschäftigten und nach Beschäftigung Suchenden zu ermöglichen, leichter an alle wichtigen Informationen zu gelangen.

Egal an welcher Stelle der erste Kontakt entsteht, soll so eine hürdenlose Verweisberatung ermöglicht werden. Im Rahmen mehrerer Workshops treffen sich nun die jeweils operativ zuständigen Akteure zum Austausch.



HOMEOFFICE & CO.

TRANSFORMATIONSAGENTUR UNTERSTÜTZT

Mit der Transformationsagentur hat das Land Rheinland-Pfalz ein maßgebliches Vorhaben des Koalitionsvertrages auf den Weg gebracht, um Beschäftigte und Unternehmen beim Wandel der Arbeitswelt zu unterstützen. Home-Office, digitale Anforderungen, zunehmende Automatisierung in den Arbeitsabläufen, aber auch das Ziel des nachhaltigen Wirtschaftens verändern viele Branchen, die Arbeit und den Alltag der Menschen in Rheinland-Pfalz.

Um diesen Wandel erfolgreich gestalten zu können, kommt es entscheidend darauf an,

dass die zentralen Akteure hier eng zusammenarbeiten, bereits bestehende Initiativen miteinander verzahnen und neue Vorhaben in gegenseitiger Abstimmung entwickeln.

Die Transformationsagentur verweist in ihrer Lotsenfunktion bei Beratungs- und Qualifizierungsbedarf von Beschäftigten und Unternehmen an die Arbeitsagenturen und weitere Kooperationspartner wie etwa die Handwerkskammer.

Die Handwerkskammer Rheinhessen hat daher eine vertiefte Zusammenarbeit mit der Transformationsagentur vereinbart. Es sollen

gemeinsame Zielvorstellungen entwickelt und sich gegenseitig über bestehende und geplante Maßnahmen, Initiativen und Vorhaben informiert werden.

👉 Auf der Internetseite transformationsagentur.rlp.de finden sich geplante Themen und Angebote der Agentur. Diese ist telefonisch erreichbar unter 06131 16-6161 oder per E-Mail info@transformationsagentur-rlp.de.

FEIERSTUNDE

URKUNDE BEI BETRIEBSJUBILÄUM

Rhein Hessischen Handwerksbetrieben, die ihr Betriebsjubiläum feiern bietet die Handwerkskammer das Ausstellen einer entsprechenden Urkunde an, die gegebenenfalls auch im Rahmen einer entsprechenden Feier persönlich überbracht werden kann. Die Urkunden können unter www.hwk.de/ehren-und-urkunden/ kostenfrei bestellt werden. Im Fall einer Jubiläumsfeier können Sie persönlich auf uns zukommen:

👉 info@hwk.de oder T 06131 9992-400
(Silvia Magenheimer)

AUSZEICHNUNG

GOLDENE MEISTERBRIEFE VERSCHICKT

Handwerkerinnen und Handwerker, die vor 50 Jahren ihren Meisterbrief gemacht haben, erhalten von der Handwerkskammer auch in diesem Jahr mit dem »Goldenen Meisterbrief« eine besondere Auszeichnung und Anerkennung. Alljährlich sorgt alleine die Recherche der zu Ehrenden für einigen Aufwand in der Handwerkskammer. In den Akten werden die in Frage kommenden Personen identifiziert und dann in Absprache mit den Kommunen recherchiert, ob die Personen noch an ihrer damaligen Wohnadresse gemeldet sind oder vielleicht eine andere Adresse vorliegt.

Derzeit erhalten die dabei aufgespürten »Goldmeister und Goldmeisterinnen« ein Schreiben der Handwerkskammer und eine entsprechende Urkunde.



AUSBILDUNG OPTIMIEREN

NEU: BESSER DURCH ERFAHRUNGSUSTAUSCH



Foto: © ocean...nikinos-stock.adobe.com

Die Handwerkskammer Rheinhesen hat angefangen, für alle Gewerke, in denen die überbetriebliche Lehrlingsunterweisung im eigenen Haus durchgeführt wird, sogenannte »Erfahrungsaustauschrunden Ausbildung« ins Leben zu rufen. Einmal jährlich treffen sich dabei Vertreter der jeweiligen Innungen, Prüfungsausschüsse, der Berufsschulen, größerer Ausbildungsbetriebe und der Handwerkskammer, um über Optimierungsmöglichkeiten in der Ausbildung zu sprechen. Die nächsten Erfahrungsaustausche finden an folgenden Terminen statt: Friseur (Montag, 27. Februar), Anlagenmechaniker (Mittwoch, 19. April), Maler (Donnerstag, 25. Mai), Elektroniker (Donnerstag, 22. Juni), KFZ (Donnerstag, 7. September), Fliesenleger (Donnerstag, 5. Oktober), Zimmerer (Montag, 6. November), Metall (Donnerstag, 30. November).

Viele Akteure beteiligen sich an der Ausbildung der Azubis. Die Handwerkskammer Rheinhesen lädt ein, im Erfahrungsaustausch eine bessere Abstimmung und Vernetzung derselben innerhalb der Gewerke zu schaffen.



Bei Interesse am Austausch, melden Sie sich bitte per E-Mail bei:
Katharina Handwerker
k.handwerker@hwk.de

WORKSHOPS STARTEN ERFOLGREICH

MAKERSPACE: VOM MAKE UP-STYLING BIS ZUM OSTERMOTIV



Foto: © Anne Brunier

Mit einem coolen Make up-Styling-Kurs für die närrische Zeit startete der Makerspace in seine diesjährigen Frühjahrsworkshops. Bis in die erste Aprilwoche können sich Jugendliche ab 12 Jahren in Alzey kostenfrei handwerklich erproben.

Einen 3D-Drucker bedienen? Ein tolles Ostermotiv aus Holz gestalten? Mit dem Lötkolben eine kreative Skulptur aufbauen? Oder lieber kreative Maltechniken auf Leinwand und Gipskarton bringen? Die Frühjahrsworkshops im Makerspace haben wieder viele Interessierte angelockt. Auch für Ende März – passend zu den Osterfeiertagen – rechnet die Handwerkskammer mit einem großen Andrang auf der Erlebnisfläche.

ACHTUNG!

Neuaufgabe der »Aushangpflichtigen Gesetze« beachten!

**JETZT NEU
MIT GEÄNDERTEM
NACHWEISGESETZ AB
01.08.2022**

Aushangpflichtige und andere wichtige Gesetze für Handwerk und Gewerbe

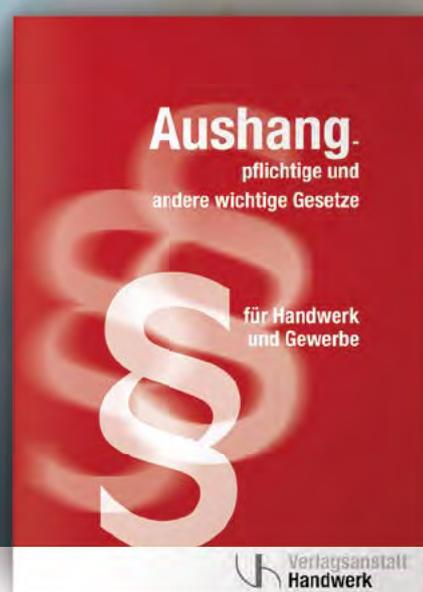
Nachfolgende Gesetze wurden u.a. geändert:

- Teilzeit- und Befristungsgesetz
- Mindestlohngesetz
- Mindestlohndokumentationspflichten-VO
- Berufsbildungsgesetz
- Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz
- Arbeitsschutzgesetz
- Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetz

12,80 €

zzgl. Versandkosten
Irrtümer/Preisänderungen
vorbehalten

- ca. 160 Seiten
- DIN A5, Broschüre
- aushangbereit durch Lochung



Stand: 01.10.2022 | ISBN 978-3-86950-530-5

**Jetzt der Aushangpflicht nachkommen
und bestellen unter
vh-buchshop.de/recht oder unter
Tel. 0211/390 98-27.**

 **vh-buchshop.de**
fürs Handwerk

Mehrwerte für den Betrieb



Foto: © Thomas Stachelhaus

TORSTEN UHLIG IST VORSTANDSMITGLIED DER VERSICHERUNGSGRUPPE SIGNAL IDUNA UND VERANTWORTET DAS RESSORT VERTRIEB, MARKETING UND UNTERNEHMENSVERBINDUNGEN. WIR HABEN NACHGEFRAGT, WELCHE KONSEQUENZEN DER FACHKRÄFTEMANGEL UND DIE DIGITALISIERUNG DES HANDWERKS FÜR DIE KUNDENSTRUKTUR UND DAS VERSICHERUNGSANGEBOT HAT.

Interview: Stefan Bühren

DHB: Herr Uhlig, was hat sich in den letzten zehn Jahren verändert?

Uhlig: Für mich persönlich mein Aufgabenbereich: Ich wurde vor vier Jahren als damaliger Bereichsleiter Marketing in den Konzernvorstand berufen. Da bei Signal Iduna der Konzernvorstand die Gesamtverantwortung für das Unternehmen trägt, durfte ich mich auch viel intensiver mit Dingen auseinandersetzen, die vorher nicht zu meinem Kernaufgabengebiet zählten.

DHB: Hat die Digitalisierung dabei keine Erleichterungen gebracht?

Uhlig: Auf alle Fälle. Ich habe festgestellt, dass im Laufe der Zeit die Komplexität der Themen zugenommen hat, aber wir durch die Nutzung digitaler Werkzeuge diese zunehmende Komplexität meistern können. Nehmen Sie zum Beispiel Terminvereinbarungen in einer Gruppe oder Online-Konferenzen. Dadurch ist aber auch eine viel höhere Geschwindigkeit entstanden.

DHB: Wozu sicherlich auch die Pandemie beigetragen hat.

Uhlig: Ja, die Handlungsfrequenz hat sich erhöht und nun wird aktuell jeder persönliche Kontakt viel intensiver gelebt, mit einer anderen Gesprächstiefe und Wertschätzung. Es ist ein anderes Verständnis für die Themen vorhanden und der Wille ist stärker, in persönlichen Treffen etwas zu erreichen. Das ist sowohl ergebnisbezogen, aber auch Wertschätzung, die in die Festigung von Beziehungen einzahlt.

DHB: Sehen Sie die Produkte Ihrer Versicherungsgruppe damit nicht auch komplexer und sind sie deutlich erklärungsbedürftiger geworden?

Uhlig: Unbestritten, es ist mit neuen Umfängen und neuen Risiken deutlich komplexer geworden, zum Beispiel bei den Cyberrisiken. Andererseits kommen sie viel leichter an Informationen, gerade aus Kundensicht. Texte und Videos erklären Produkte viel einfacher, Vergleichsportale liefern Anbieter, Preise und sogar Angebote. Doch genau hier kommt unser Vertriebsnetz ins Spiel, weil es dort Partner gibt, die die Kundin oder der Kunde anrufen kann – und zu dem sie Vertrauen haben.

DHB: Aber der Kunde ist aufgeklärter.

Uhlig: Ganz genau. Aber hier kommt eine Besonderheit unserer Branche zum Tragen: Je mehr Kunden über diese Themen lesen, desto stärker wird die Unsicherheit, ob die »richtige« Entscheidung getroffen wird. Deshalb bedarf es bei all den Informationen aus dem Netz einer Vertrauensperson, die bestärkt oder einen kritischen Hinweis im Prozess des Kaufens eines Versicherungsproduktes gibt. Viel entscheidender ist es aber, im Schadenfall nicht allein zu sein und jemanden zu haben, der in diesem Moment der Wahrheit auch Ansprechpartner vor Ort ist. Dieser Trend ist sehr stark spürbar.

DHB: Sie gehen heute anders auf Kunden zu?

Uhlig: In der Tat. Wir haben bei Signal Iduna frühzeitig einen Strategie- und Transformationsprozess eingeleitet. Dieser Prozess hat auch deutlich gezeigt, dass wir als Versicherer, der vom Handwerk vor mehr als 100 Jahren gegründet wurde, uns noch viel stärker auf diese enge wertvolle Verbindung spezialisieren und fokussieren sollten. Deshalb haben wir unsere Struktur, die Arbeitsorganisation und Abläufe umgebaut. Der Vorteil: Die Impulse, das Know-how aus dem sehr frühzeitigen und intensiven Kundendialog können wir in unserer Produktentwicklung nutzen. »User research« heißt das neudeutsch, wenn unsere Mitarbeitenden analysieren, was der Kunde braucht – und wir können unsere Angebote noch besser zum Beispiel gewerkspezifisch aufbauen.

»Die Impulse, das Know-how aus dem Kundendialog können wir in unserer Produktentwicklung nutzen.«

*Torsten Uhlig,
Vorstandsmitglied der
Versicherungsgruppe
Signal Iduna*

DHB: Erkennen das die Kunden an?

Uhlig: Ja, das ist das Schöne. Uns wird immer wieder gespiegelt, dass wir in den letzten Jahren noch sehr viel stärker unserer Kunden-DNA – nämlich aus dem Handwerk gegründet und für das Handwerk da zu sein – entsprechen. Und dies ganzheitlich, im Managementbereich genauso wie in den einzelnen Regionen.

DHB: Sie haben während der Corona-Zeit gerade bei den Betriebsunterbrechungen Versicherungsleistungen erbracht, was Ihnen im Handwerk Bonuspunkte eingebracht hat.

Uhlig: Wir sind keine Aktiengesellschaft, sondern ein Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit. Wir gehören den Mitgliedern und sind ihnen damit verpflichtet. Da haben wir entsprechend unserem Credo – für unsere Kunden da zu sein – auch zu Lasten des betrieblichen Ergebnisses entschieden, Leistungen in der Betriebs-schlussversicherung zu erbringen. Andere Marktteilnehmer haben da anders entschieden.

DHB: Ihre Angebote zählen nicht zu den preiswertesten, was Sie mit Ihrer Vertriebsorganisation begründen. Gibt es in der Kundschaft Preisdiskussionen?

Uhlig: Wir sind der Meinung, dass wir ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis haben. Bei der Signal Iduna kauft der Kunde nicht ein Produkt mit einem Tarif, sondern Beratungsversprechen, Leistungsversprechen und Serviceversprechen – über die Laufzeit des Vertrages hinweg. Das heißt auch: Es sind Menschen, die in den wichtigen Momenten der Leistung oder der Beratung da sind – und das kann nicht kostenfrei sein.

DHB: Erreichen Sie mit dieser Botschaft die Handwerker, auch die, die sich nicht in den Handwerksorganisationen engagieren?

Uhlig: Das ist Quadratur des Kreises. Es gibt heute nicht mehr nur die klassischen Innungsversammlungen, um die Meister zu erreichen. Daher müssen wir an den unterschiedlichsten Stellen präsent sein, um unsere Rolle als Partner des Handwerks zu vermitteln. Etwa beim Thema Fachkräftemangel. Die Attraktivität als Arbeitgeber im Handwerk definiert sich nicht nur über die Höhe des Lohns, sondern auch über andere Mehrleistungen, zum Beispiel eine betriebliche Krankenversicherung mit Leistungen, die Beschäftigte sofort positiv spüren. Mit uns können die Betriebe zukunftsorientierte Mehrleistungen anbieten und sich Wettbewerbsvorteile im Kampf um kluge Köpfe und fleißige Hände verschaffen.

Das komplette Interview lesen Sie auf handwerksblatt.de

Die Kosten für den Neubau von Wohngebäuden erhöhten sich im Jahresdurchschnitt 2022 um 16,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr.



»Wir müssen das Bauen endlich einfacher machen«

WEGEN DER VERTEUERUNG DER BAUMATERIALIEN UND DAMIT VERBUNDENER SCHWACHER AUFTRAGSLAGE DROHT EINE UNTERAUSLASTUNG DES BAUGEWERBES. DER ZDB FORDERT DIE POLITIK DESWEGEN ZUM HANDELN AUF.

Text: *Lars Otten*

Lieferengpässe, Materialknappheit und besonders gestiegene Energiepreise führen zu einer enormen Verteuerung der Baumaterialien. Das Statistische Landesamt meldet für fast alle Baustoffe im Jahresdurchschnitt 2022 deutlich höhere Preise als ein Jahr zuvor.

Laut Bundesamt verteuerten sich besonders Baustoffe wie Stahl, Stahlerzeugnisse oder Glas, die energieintensiv hergestellt werden. Stabstahl war im Jahresdurchschnitt 2022 um 40,4 Prozent teurer, Blankstahl 39,1 Prozent, Betonstahlmatten 38,1 Prozent, und Stahlrohre kosteten 32,2 Prozent mehr als im Jahresdurchschnitt 2021. Flachglas verteuerte sich um 49,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

VERTEUERUNG IN FAST ALLEN BEREICHEN

Deutliche Preissteigerungen gab es auch bei Baumaterialien auf Erdölbasis: Bitumen (plus 38,5 Prozent), Asphaltmischgut (plus 25,8 Prozent). Ähnliches gelte für im Bausektor

genutzte chemische Produkte: Dämmplatten aus Kunststoff wie Polystyrol kosteten 21,1 Prozent mehr, Epoxidharz verteuerte sich um 15,1 Prozent, Anstrichfarben und Lacke auf Grundlage von Epoxidharzen waren um 24,0 Prozent teurer.

Die Preise für Baumaterialien aus Holz entwickelten sich uneinheitlich. HDF-Faserplatten (plus 46,0 Prozent), Spanplatten (plus 33,4 Prozent) oder Fenster-, Türrahmen aus Holz (plus 24,4 Prozent) verteuerten sich deutlich. Die Preise für Bauholz (plus 1,3 Prozent) oder Dachlatten (plus 9,3 Prozent) stiegen dagegen unterdurchschnittlich. Die Preise für Konstruktionsvollholz gingen sogar um 11,9 Prozent zurück.

ERZEUGERPREISE UM 14 PROZENT GESTIEGEN

Außerdem treffe der Preisanstieg beim Dieselkraftstoff (plus 41,6 Prozent) die Baubranche stark. Der Erzeugerpreisindex gewerblicher Produkte insgesamt legte im Jahresdurchschnitt 2022 um 32,9 Prozent gegenüber 2021 zu. Ohne

Berücksichtigung der Energiepreise waren die Erzeugerpreise 14,0 Prozent höher als im Jahresdurchschnitt 2021. Die Kosten für den Neubau von Wohngebäuden erhöhten sich im Jahresdurchschnitt 2022 um 16,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das betreffe nahezu alle Bereiche: Dämm- und Brandschutzarbeiten an technischen Anlagen (plus 27,2 Prozent), Verglasungsarbeiten (plus 21,2 Prozent), Metallbauarbeiten (plus 20,7 Prozent) und Stahlbauarbeiten (plus 19,8 Prozent).

ZAHL DER NEUBAUGENEHMIGUNGEN SINKT

Die Folge der hohen Preise: weniger Neubaugenehmigungen. Von Januar bis November 2022 sank die Zahl der Baugenehmigungen von neuen Wohn- und Nichtwohngebäuden gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 5,7 Prozent. Die genehmigten Baumaßnahmen an bestehenden Wohngebäuden gingen um 1,7 Prozent zurück. Das Baugewerbe schlägt Alarm und fordert Maßnahmen von der Politik: »Diese Entwicklungen sind besorgniserregend. Denn während sowohl im Wohnungsbau als auch in der Infrastruktur oder bei der Energiewende wahre Mammutaufgaben anstehen, schrumpft das Bauvolumen in Deutschland aller Voraussicht nach in diesem Jahr«, sagt Felix Pakleppa.

MASSNAHMEN DER POLITIK GEFORDERT

»Sollte der Druck auf die Branche weiter zunehmen, geraten die Bau-, Sanierungs- und Nachhaltigkeitsziele in Deutschland immer mehr in Gefahr«, so der Hauptgeschäftsführer des Zentralverbands Deutsches Baugewerbe. Im Wohnungsbau seien wegen der ausbleibenden Auftragseingänge bereits Unterauslastungen absehbar. »Es muss jetzt alles dafür getan werden, die Auftragsrückgänge zu stoppen. Andernfalls wird die Branche früher oder später Kapazitäten abbauen müssen.«

Für Bauherren und Branche fordert Pakleppa von der Politik bessere Rahmenbedingungen. »Wir müssen das Bauen in Deutschland endlich einfacher machen. Das bedeutet: Mehr Bauland ausweisen, alle bestehenden Regelungen zum Baugebot konsequent anwenden, ein Behördenportal einrichten sowie den vollständig digitalen Bauantrag samt Genehmigungsverfahren einführen, mehr Förderungen im Neubau zur Verfügung stellen und vom überambitionierten und zu teuren EH-40-Standard entkoppeln, eine Nachfolgeregelung für das Baukindergeld finden, die Grunderwerbsteuer senken und Sonderabschreibungen im sozialen Wohnungsneubau auf zehn Prozent ausweiten.« In Verbindung mit der geplanten Neufassung der europäischen Richtlinie zur Gebäudeenergieeffizienz rechnet das Handwerk mit weiteren Baukostensteigerungen. Mehr dazu lesen Sie auf handwerksblatt.de.

HORNBAACH

Es gibt immer was zu tun.

Jeder Held braucht einen Partner, auf den er sich verlassen kann.



Mehr. Für unsere gewerblichen Kunden.
**Der HORNBAACH
ProfiService.**

Persönliche Ansprechpartner, Kauf auf Rechnung
und vieles mehr.

Infos im Markt oder auf hornbach-profi.de

Bauen als kollaboratives Gemeinschaftsprojekt

BUILDING INFORMATION MODELING (BIM) IST EINE ARBEITSMETHODE, DIE EIN BAUPROJEKT VON DER PLANUNG ÜBER DIE HERSTELLUNG BIS ZUM UNTERHALT BEGLEITET. DEN BETEILIGTEN KÖNNTE SIE EINEN DEUTLICHEN MEHRWERT BRINGEN.

Text: **Bernd Lorenz**

Aus dem Nebeneinander auf dem Bau könnte ein Miteinander werden. »Beim Building Information Modeling greifen alle, die am Bauprojekt beteiligt sind, auf dieselben Daten zu und sind damit immer auf dem aktuellen Stand«, beschreibt Dr.-Ing. Martina Schneller, Projektleiterin beim Schaufenster Krefeld des Mittelstand-Digital Zentrums Handwerk (MDZH), die Arbeitsmethode BIM. Die kollaborative Zusammenarbeit

vom Planer bis zum ausführenden Unternehmen endet dabei jedoch nicht mit der Fertigstellung, sondern sie erstreckt sich über den gesamten Lebenszyklus des Gebäudes.

Von jedem Bauwerk wird ein dreidimensionales Modell erstellt, dem sich auch nach dem Baubeginn weitere Informationen hinzufügen lassen. Je weiter der Bauprozess voranschreitet, desto größer kann die Detailtiefe werden. »Neben der Animation des Gebäudes in 3D kommen etwa die Zeit- und Kostenschiene dazu. Dies wird umgangssprachlich fälschlicherweise als 5D-Modell bezeichnet«, erläutert Martina Schneller.

Das umfangreiche Bauwerksdatenmodell bringt nach ihrer Einschätzung einige Vorteile mit sich. Beim späteren Unterhalt des Gebäudes lasse sich etwa einfach nachvollziehen, was an welcher Stelle verbaut worden ist. Dies dürfte dem Facility Management genauso die Arbeit erleichtern wie auch Handwerksbetrieben, die mit der Wartung von Anlagen oder einer Modernisierung beauftragt werden. Unterm Strich bringe BIM den am Bau beteiligten Akteuren

»einen deutlichen Mehrwert«.

»Ursprünglich ist unser Kompetenzzentrum, das an den Bildungszentren des Baugewerbes in Krefeld angedockt ist, gegründet worden, um das Bauhandwerk an die Methode BIM heranzuführen«, blickt Martina Schneller auf das Jahr 2017 zurück. Allerdings musste sie schnell feststellen, dass die meisten Betriebe damit technologisch überfordert gewesen wären. Anstelle eines leistungsfähigen Computers mit einer stabilen Internetverbindung habe sie vielerorts nur ein Fax-Gerät vorgefunden. »BIM und Fax – das schließt sich definitiv aus«, sagt die Projektleiterin lachend. Inzwischen würden aber viele Bauunternehmen in puncto Digitalisierung aufholen und damit die Grundlage schaffen, um selbst am Building Information Modeling teilhaben zu können.

ERSTE SCHRITTE

Während sich die Bilfingers und Bögl's bereits auf den Weg gemacht haben, im BIM-Modell zu planen, zieht das Handwerk nun langsam nach. »Wir werden immer häufiger darauf angesprochen. Vor allem das Elektrohandwerk hat die Vorteile von BIM erkannt«, sagt Martina Schneller. Zunächst gelte es zu klären, wie man mit BIM arbeiten möchte. »Wer nur die Pläne lesen möchte, braucht dazu lediglich einen BIM-Viewer. Wer Pläne selbst erstellen will, muss sich intensiver damit beschäftigen.«

Beim Einstieg könne das Schaufenster Krefeld des Mittelstand-Digital Zentrums Handwerk die Betriebe unterstützen. Als ersten Schritt empfiehlt Schneller die Teilnahme an einer Grundlagenschulung, die am BZB in Krefeld von Mitarbeitern des BIM-Instituts der Bergischen Universität Wuppertal angeboten wird. »Sie geben eine kleine Einführung, was Building Information Modeling ist und was man damit machen kann.« Eine weitere Anlaufstelle seien die Beauftragten für Innovation und Technologie (BIT) und Digi-BIT bei Handwerkskammern und Fachverbänden. »Rund ein Dutzend von ihnen haben sich auf BIM spezialisiert.«

»Wir werden immer häufiger darauf angesprochen. Vor allem das Elektrohandwerk hat die Vorteile von BIM erkannt.«

Dr.-Ing. **Martina Schneller**, Projektleiterin MDH

Beschaffung von Materialien, Ablaufpläne und Kostenkontrolle – Building Information Modeling ermöglicht einen transparenten Bauprozess.



HÖRTIPP

Die Folge 17 von DigiCast – dem Podcast für erfolgreiche Digitalisierung im Handwerk vom Mittelstand-Digital Zentrum Handwerk – beschäftigt sich mit Building Information Modeling (BIM). In »Erfolgreich durch BIM – Ein Handwerker und ein Bauunternehmer im Interview« erklären Martin Reiss von der Firma Reiss Haustechnik und Gerrit Terfehr von der Firma Günter Terfehr Bautechniker GmbH & Co. KG, wie sie sich auf die Einführung von BIM vorbereitet haben und welche Vorteile die neue Arbeitsmethode mit sich bringt. handwerkdigital.de/Podcast

DEFINITION

Im »Stufenplan Digitales Planen und Bauen«, einer Publikation des Bundesverkehrsministeriums aus dem Jahr 2015, wird BIM wie folgt definiert: »Building Information Modeling bezeichnet eine kooperative Arbeitsmethodik, mit der auf der Grundlage digitaler Modelle eines Bauwerks die für seinen Lebenszyklus relevanten Informationen und Daten konsistent erfasst, verwaltet und in einer transparenten Kommunikation zwischen den Beteiligten ausgetauscht oder für die weitere Bearbeitung übergeben werden.«



Von jedem Bauwerk wird ein dreidimensionales Modell erstellt, dem sich auch nach dem Baubeginn weitere Informationen hinzufügen lassen.

Kompetente Beratung

DIE BEAUFTRAGTEN FÜR INNOVATION UND TECHNOLOGIE UNTERSTÜTZEN HANDWERKER BEI DER DIGITALISIERUNG IHRES BETRIEBS. IN IHREM NETZWERK GIBT ES RUND EIN DUTZEND EXPERTEN FÜR BIM. EINER VON IHNEN IST MATTHIAS STEINICKE.



Text: Bernd Lorenz

In puncto Building Information Modeling steht das Handwerk eher am Anfang«, sagt Matthias Steinicke. Der Beauftragte für Innovation und Technologie (BIT) bei der Handwerkskammer Cottbus hat sich auf BIM spezialisiert. Viele Fragen erreichen ihn dazu (noch) nicht. In den Beratungsgesprächen interessieren die Betriebe in erster Linie die Handhabung des 3D-Modells, das Aufmaß oder die Abrechnung. »Um den eigentlichen Zweck von BIM – das kollaborative Zusammenarbeiten aller am Bau beteiligten Akteure wie Planer, Generalunternehmer oder Handwerker – geht es eher noch selten.«

Dabei bringt die Arbeitsmethode einige Vorteile mit sich. Der Bauprozess wird transparent. Jeder Akteur kann etwa nachvollziehen, wie weit das Projekt bereits fortgeschritten ist. Im Idealfall sind alle relevanten Daten im 3D-Modell zu finden. Pro Bauteil können Matthias Steinicke zufolge bis zu 600 Eigenschaften hinterlegt werden. In seinen Beratungen macht er es am Beispiel einer Tür fest. »Neben Höhe, Breite und Tiefe lässt sich etwa ablesen, ob es sich um eine Brandschutztür handelt, die

einem bestimmten Schließkreis zugeordnet wird, welche Beschläge sie erhält und wann sie eingebaut werden soll.« Der mühsame Abgleich vom ausgerollten Bauplan mit dem ausgedruckten Leistungsverzeichnis entfällt, da alle Informationen gefiltert vom PC im Büro oder vom Tablet auf der Baustelle aus abgerufen werden können. »BIM eröffnet den Betrieben die Möglichkeit, ihre eigenen Arbeitsabläufe viel detaillierter und aktueller zu planen«, ist der BIT der Handwerkskammer Cottbus überzeugt.

Das Bundeswirtschaftsministerium fördert die Stellen der Technologieberater bei den Handwerkskammern und Verbänden. Deren Beratungsdienstleistung können die Handwerksbetriebe kostenlos in Anspruch nehmen. Jeder Beauftragte für Innovation und Technologie sowie der auf Digitalisierung spezialisierte Digi-BIT ist Experte für ein oder mehrere Themenfelder. Dazu gehören unter anderem BIM, IT-Sicherheit, Cloud-Computing, Künstliche Intelligenz sowie ERP- und CRM-Systeme. »Den allwissenden Experten gibt es nicht. Deshalb tauschen wir uns bei Anfragen meistens über das Netzwerk der BIT und

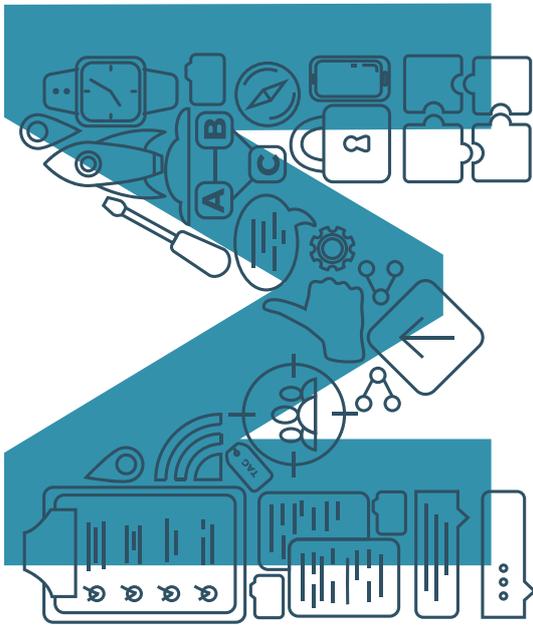
Digi-BIT untereinander aus«, erklärt Matthias Steinicke. Bei Fragen zur Digitalisierung im Handwerk empfiehlt er, dass sich die Betriebe zunächst an die BIT, Digi-BIT oder die (technische) Betriebsberatung ihrer zuständigen Handwerkskammer wenden. »Sofern die Kolleginnen oder Kollegen vor Ort nicht weiterhelfen können, suchen sie nach einem Experten aus dem Netzwerk, der Informationen liefert oder sich bei einer Online-Beratung über einen Videocall dazuschaltet.«

Im Gespräch mit den Betrieben fragt Matthias Steinicke zunächst ab, welchen Mehrwert sie sich von BIM erhoffen. Geht es nur darum, sich die Pläne im 3D-Modell anzuschauen, reicht mitunter der Hinweis auf die am Markt verfügbaren BIM-Viewer. Sollen Baumaterialien be-

stellt, Terminabläufe koordiniert oder Abrechnungen erstellt werden, muss der BIT etwas weiter ausholen. Spielerisch veranschaulichen lässt sich die Handhabung von BIM etwa über die Simulation mit einer VR-Brille oder mit »Crafter« – einem digitalen Planspiel für Handwerksbetriebe. »Dabei arbeitet man sich durch verschiedene Aufgaben und lernt, wie man mit solch einem Modell umgeht.« Um den Betrieben die Arbeitsmethode von Building Information Modeling näherzubringen, bietet der BIT der Handwerkskammer Cottbus Inhouse-Schulungen und Beratungen vor Ort an. »So erhalten sie innerhalb von zwei, drei Stunden einen Einblick, welche Vorteile BIM mit sich bringt und wo es auch Umstrukturierungen in bestimmten Prozessabläufen geben muss.«

DIGITALISIERUNGS-EXPERTEN DER KAMMERN UND VERBÄNDE

ORGANISATION	ANSPRECHPARTNER/-IN	TELEFON	E-MAIL
Baugewerbe-Verband Sachsen-Anhalt	Dipl.-Ing. René Sieburg	0391 509595-0	sieburg@bgv-vdz.de
Bildungszentren des Baugewerbes	Dr.-Ing. Martina Schneller	02151 5155-23	martina.schneller@mdh.digital
Fachverband des Tischlerhandwerks NRW	Dr. Fabian Schnabel	0231 912010-19	schnabel@tischler.nrw
Handwerkskammer Cottbus	Matthias Steinicke (BIT)	0355 7835-106	steinicke@hwk-cottbus.de
	Marcel Behla (BIT)	0355 7835-127	behla@hwk-cottbus.de
Handwerkskammer der Pfalz	Mathias Strufe (BIT)	0631 3677-307	mstrufe@hwk-pfalz.de
	Emilie Schneider (Digi-BIT)	0631 3677-231	eschneider@hwk-pfalz.de
Handwerkskammer des Saarlandes	Dr. Markus Kühn (BIT)	0681 5809-253	m.kuehn@hwk-saarland.de
Handwerkskammer Dortmund	Wolfgang Diebke (BIT)	0231 5493-409	wolfgang.diebke@hwk-do.de
	Andreas Schmidt (Digi-BIT)	0231 5493-466	andreas.schmidt@hwk-do.de
Handwerkskammer Düsseldorf	Tobias Werthwein (BIT)	0211 8795-357	tobias.werthwein@hwk-duesseldorf.de
Handwerkskammer Frankfurt (Oder)	Henrik Klohs (BIT)	0335 5619-122	henrik.klohs@hwk-ff.de
Handwerkskammer Koblenz	Rolf Müller	0261 398-252	rolf.mueller@hwk-koblenz.de
Handwerkskammer Münster	Andreas Spiller (BIT)	0251 5203-322	andreas.spiller@hwk-muenster.de
	Norbert Speier (BIT)	0209 38077-22	norbert.speier@hwk-muenster.de
	Hans-Dieter Weniger (BIT)	0251 5203-120	hans-dieter.weniger@hwk-muenster.de
	Lars Häckel (Digi-BIT)	0251 5203-320	lars.haekkel@hwk-muenster.de
Handwerkskammer OMV	Katrin Rzeszutek (BIT)	0395 5593-134	rzeszutek.katrin@hwk-omv.de
	Frank Wiechmann (Digi-BIT)	0381 4549-178	wiechmann.frank@hwk-omv.de
Handwerkskammer OWL	Henning Horstbrink (BIT)	0521 5608-118	henning.horstbrink@hwk-owl.de
	Darien Schaschbar (BIT)	0521 5608-415	darien.schaschbar@hwk-owl.de
Handwerkskammer Potsdam	Jan-Hendrik Aust (BIT)	033207 34-209	jan-hendrik.aust@hwkpotsdam.de
	Sven Ellinger (BIT)	033207 34-116	sven.ellinger@hwkpotsdam.de
Handwerkskammer Rheinhessen	Marc Siebert (BIT)	06131 9992-275	m.siebert@hwk.de
	Sebastian Lubert (BIT)	06131 9992-277	s.lubert@hwk.de
Handwerkskammer Südwestfalen	Andreas Pater (BIT)	02931 877-393	andreas.pater@hwk-swf.de
Handwerkskammer Trier	Hans-Werner Lichter	0651 207-281	hlichter@hwk-trier.de
Handwerkskammer zu Köln	Steven Teske (BIT)	0221 2022-443	steven.teske@hwk-koeln.de
Handwerkskammer zu Leipzig	Anett Fritzsche (BIT)	0341 2188-238	fritzsche.a@hwk-leipzig.de

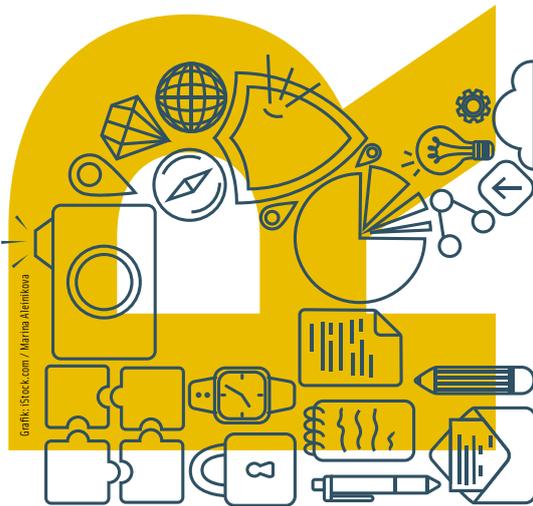


Text: **Birgit Plomberger**

Immer wieder passiert es, dass mit der Einführung von neuen Softwarelösungen Erwartungen an positive Effekte verknüpft sind, die sich aber im Nachhinein nicht im erhofften Ausmaß bei den Betrieben einstellen. Die Ursache kann darin liegen, dass Softwareanschaffungen in den Unternehmen isoliert betrachtet werden. Das kann auch dazu führen, dass Digitalisierungsprojekte scheitern können. Digitalisierung lässt sich jedoch nur durch das Zusammenspiel von Strategie, Menschen, Prozessen und Technologie langfristig und nachhaltig erfolgreich in den Betrieben umsetzen.

Der Weg zum digitalen Handwerksbetrieb

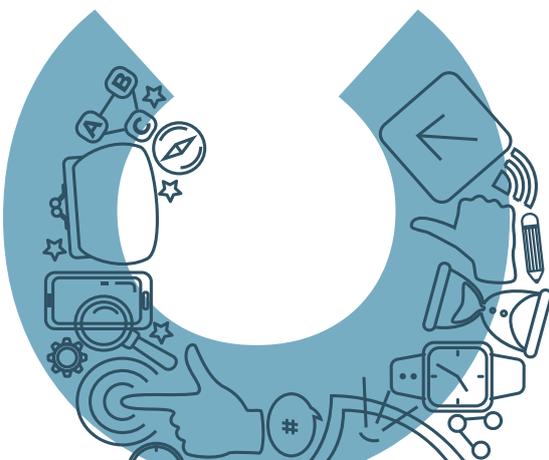
SOFTWAREANBIETER HABEN ZAHLREICHE DIGITALE WERKZEUGE UND LÖSUNGEN PARAT, UM DIE ABLÄUFE UND PROZESSE ZU VERBESSERN. DOCH WIE KÖNNEN HANDWERKER ERKENNEN, WAS SIE BRAUCHEN? IN TEIL 1 UNSERER VIERTEILIGEN SERIE STELLEN WIR CRM-SOFTWARE VOR.



Eine betriebliche Standortbestimmung und zumindest ein grober Digitalisierungsfahrplan bilden das Fundament für eine gelungene Umsetzung. Auf Basis der eigenen Standortbestimmung können die Betriebe beurteilen, wo sie aktuell in der Digitalisierung stehen und erkennen, wo die besten Anknüpfungspunkte in der Prozesskette für erste oder weitere Digitalisierungsmaßnahmen sind. Sie können sich für einen einfachen Einstieg oder für eine durchgängige Umsetzung der Digitalisierung entscheiden. Wichtig: Vor der Anschaffung bzw. vor dem Start eines jeden Digitalisierungsvorhabens sollten sich die Unternehmen auf www.foerderdatenbank.de informieren, ob es dafür mögliche Förderungen auf Landes- und Bundesebene gibt.

AUSWAHL EINER CRM-SOFTWARE

Die Prozesskette startet mit der Kundenakquise, wo in den Betrieben der Grundstein für eine gelungene Kundenkommunikation gelegt werden sollte. Hier kommen CRM-Systeme zum Einsatz. Ein CRM ist ein Werkzeug für das Kundenbeziehungsmanagement und dient zur Erfassung der Kunden-



daten sowie sämtlicher Interaktionen und Vorgänge mit potenziellen und bestehenden Kunden.

Die operativen Vorteile eines CRM-Systems im Handwerk liegen in der Qualitätssteigerung bei der Bearbeitung von Kundenanfragen und in der Zeitersparnis in der gesamten Kundenkommunikation. Anrufe, Anfragen und Informationen zur Auftragsabwicklung können in einer zentralen Kundenakte verwaltet werden und stehen allen Mitarbeitenden jederzeit zur Verfügung. In der kaufmännischen Abwicklung können Rechnungen, Umsätze und Zahlungsverläufe automatisch mit den Kundendaten vernetzt werden. Im strategischen Bereich ergeben sich dadurch Vorteile, dass wichtige Informationen für den Ausbau des Geschäftsmodells aus den Kundendaten gewonnen werden können. Denn wenn man weiß, welche Kundengruppen warum und welche Produkte bzw. Dienstleistungen kaufen, dann hat man einen großen zukünftigen Wettbewerbsvorteil.

Vor der Auswahlphase eines CRM sollten sich die Entscheider und Verantwortlichen mit nachfolgenden fünf Fragestellungen befassen, die gleichzeitig die zentralen Kernthemen der Akquise beschreiben, die ein CRM zukünftig im Betrieb umsetzen können sollte:

ZENTRALE EINSATZBEREICHE EINES CRM IM HANDWERKSBETRIEB:

1. Wie wird der Kunde auf das Unternehmen aufmerksam?

In der digitalen Kundenakquise wird mittels CRM eine ausgewählte Zielgruppe auf das Unternehmen und das Leistungsangebot aufmerksam gemacht. Mittels verschiedener Vertriebskanäle und Marketingaktivitäten können konkrete Angebote oder das Unternehmen an sich beworben werden. Mit der Zielgruppenselektion werden jene Personen oder Unternehmen priorisiert, welche einen konkreten oder zukünftigen Bedarf für bestimmte Leistungen haben könnten.

2. Wie kann der Kunde mit dem Unternehmen kommunizieren?

In der digitalen Kundenkommunikation kann der Kunde oder Interessent direkt von der Homepage oder dem Webshop mit dem Unternehmen Kontakt aufnehmen. Eingebettete Webformulare für Anfragen, Bestellungen oder Beratungstermine werden direkt in das Kundenverwaltungssystem übermittelt und können aufgrund von vordefinierten Auswahlfeldern sofort priorisiert und schnell zentral bearbeitet werden.

3. Wie werden die Anfragen intern digital bearbeitet?

In der digitalen Anfrageverwaltung werden alle Anfragen von den verschiedenen Kanälen wie E-Mail, Homepage und/oder Webshop zentral verwaltet. Es wird zwischen Kontakt, Interessent und Kunde unterschieden. Jede weitere Kommunikation wird über das CRM-System geführt und ist für alle Verantwortlichen nachvollziehbar und transparent dokumentiert. Mit einer Outlookintegration können die E-Mails direkt dem Kunden zugewiesen werden.

4. Wie werden die Kundendaten verwaltet?

In der Kundenverwaltung werden neben den allgemeinen Informationen auch alle offenen bzw. erstellten Angebote und Aufträge automatisch abgelegt. In der Kundenakte wird der Kommunikationsverlauf dokumentiert und wiederkehrende Aufgaben, wie beispielsweise Kampagnen zur Kundenbindung, gesteuert.

5. Wie werden die Vor-Ort-Beratungen optimiert?

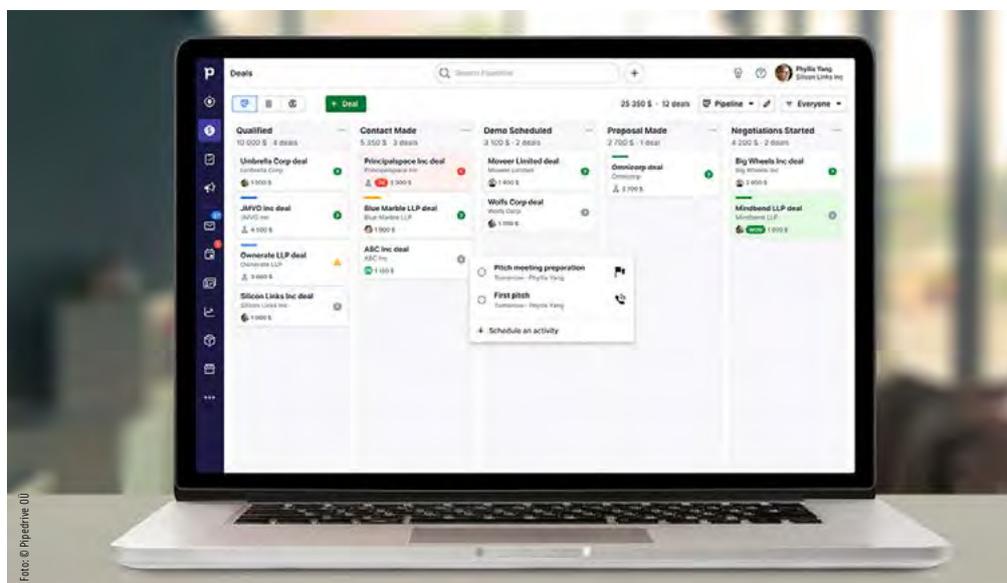
Werden Beratungstermine vor Ort angefordert, so können vorab Zeitfenster hinterlegt werden, wo der Kunde verfügbar ist, wodurch eine optimale Terminplanung (Routenplanung) ermöglicht wird.

Am Markt werden viele CRM-Systeme mit unterschiedlicher Anwendungsbreite angeboten. Lösungen für Handwerksbetriebe sollten folgende wichtige Basisfunktionen beinhalten.



Vor der Anschaffung bzw. vor dem Start eines jeden Digitalisierungsprojekts sollten sich die Unternehmen auf www.foerderdatenbank.de informieren, ob es dafür mögliche Förderungen auf Landes- und Bundesebene gibt.

Die CRM-Software von Pipedrive nutzen laut dem Softwarehersteller über 100.000 Unternehmen in rund 180 Ländern.



TIPPS ZUR VORGEHENSWEISE

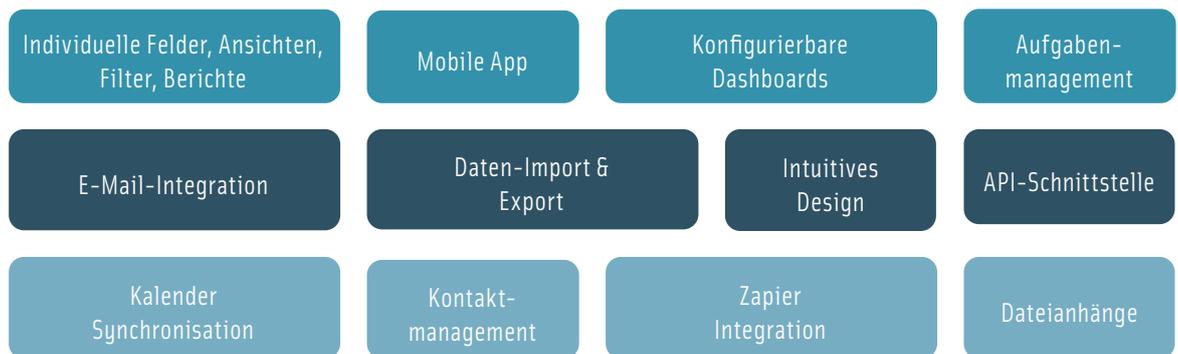
Folgende Vorgehensweise beim Auswahlprozess hat sich bewährt: Vor Beginn der Auswahlphase sollten die Unternehmen intern ihre Anforderungen und Kriterien an die CRM-Lösung definieren. Die ausgewählten Softwarelösungen sollten von den zukünftigen Nutzern im Betrieb anhand von verschiedenen Anwendungsfällen intensiv getestet werden. Anschließend sollten Feedback und Erfahrungen von allen Beteiligten gesammelt und gemeinsam bewertet werden. Bei der Kaufentscheidung sollte die Meinung der Mitarbeitenden mitberücksichtigt werden. Bei Bedarf kann um eine Verlängerung der Testphasen bei den Anbietern angefragt werden. Eventuell wählt man

nach der getroffenen Kaufentscheidung für die Dauer der Einführungsphase ein monatlich kündbares Abo und stellt erst später auf Jahresabrechnung um. Um sicherzustellen, dass die Mitarbeitenden die Software langfristig in der ganzen Anwendungsbreite nutzen werden, sollten umfassende Einschulungen in Funktionen, sowie vor allem in die neuen Abläufe und Arbeitsweisen durchgeführt werden. Mit diesen Schritten können die Vorteile und der gewünschte Nutzen der Softwareanschaffung in den Betrieben schneller erkennbar werden. Eine gelungene und erfolgreiche Umsetzung kann in den Betrieben und bei den Mitarbeitenden das Vertrauen und die Motivation für weitere Digitalisierungsvorhaben schaffen.



Birgit Plomberger ist im Kompetenzzentrum Future Digital für die Aus- und Weiterbildung und die Förderberatung zuständig.

BASISFUNKTIONEN CRM-SOFTWARE



EXEMPLARISCHE LÖSUNGEN

Nachfolgend werden exemplarisch zwei Lösungen vorgestellt, die sich aufgrund ihres Funktionsumfangs gut für den Einsatz in Handwerksbetrieben eignen. Beide CRM-Systeme können durch die einfache Integration von Buchhaltungssoftware um Angebots- und Rechnungsfunktionen durchgängig erweitert werden. Weiters können die Anwendungen mittels Zapier – einem Webdienst – mit zahlreichen weiteren Apps verbunden und weiter ausgebaut werden.

SAMDOCK

Die cloudbasierte CRM-Software aus Deutschland unterstützt kleine und mittlere Unternehmen beim Aufbau von Kundenbeziehungen. Von der Kundenanfrage bis zum Abschluss: Samdock ermöglicht durch eine einfache und intuitive Anwendung ein effizientes und organisiertes Kunden-

beziehungsmanagement sowie die Umsetzung strukturierter Vertriebsabläufe. Dashboards bieten einen Überblick über Ziele und Potenziale, Werkzeuge für die Teamarbeit unterstützen bei der Koordinierung von Aufgaben und Terminen. Die Software bietet den Nutzern Individualität bei der Gestaltung von Pipelines und Workflows, indem sich Felder, Filter, Ansichten und Kontaktlisten anpassen lassen. Starten kann man mit Samdock ohne Vorkenntnisse sowie ohne Implementierungsprozesse.

samdock.com

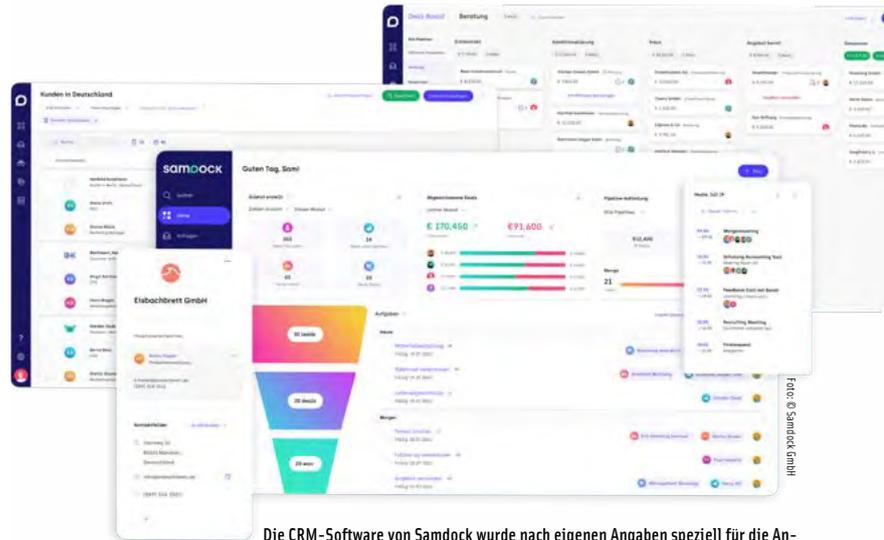
PIPEDRIVE

Das cloudbasierte Vertriebs-CRM ermöglicht durch die Automatisierung von administrativen und sich wiederholenden Aufgaben die Umsetzung eines vereinfachten und optimierten Vertriebsprozesses. Kleine und mittlere

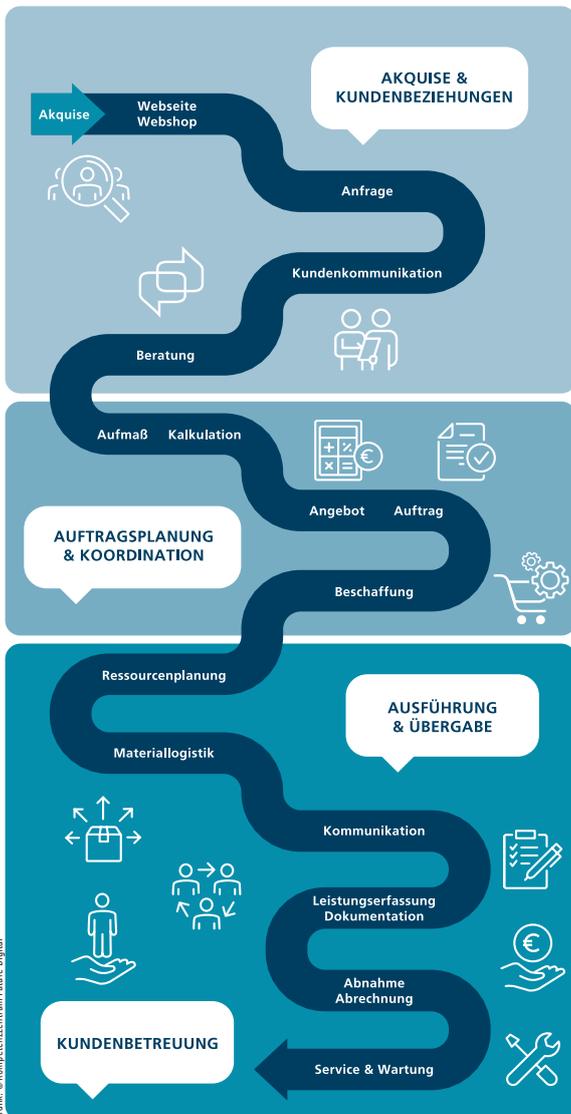
Unternehmen können mit der Anwendung eine Vielzahl von Tätigkeiten im Verkaufsprozess – von der Planung bis zu den Verkaufsgesprächen – für das gesamte Team automatisieren. Pipedrive bietet seinen Nutzern eine einfache Bedienbarkeit und eine benutzerfreundliche Oberfläche mit intuitivem Design.

Mit der klar strukturierten übersichtlichen Pipeline können die wichtigsten Informationen rasch erfasst werden. Für den optimalen Überblick und zur Überprüfung der festgelegten Verkaufsziele sorgen anpassbare Berichte und visuelle Dashboards, die sich benutzerdefiniert gestalten lassen.

pipedrive.com/de



Die CRM-Software von Samdock wurde nach eigenen Angaben speziell für die Anforderungen und Arbeitsabläufe kleiner und mittlerer Vertriebsteams entwickelt.



Digitale Prozesskette in Handwerksbetrieben

BEITRAGSSERIE ZUR DIGITALISIERUNG

Im Rahmen dieser vierteiligen Beitragsreihe werden Tipps und Methoden für einen zielgerichteten und erfolgreichen Weg zum digitalen Handwerksbetrieb vorgestellt. Dabei werden für die verschiedenen Phasen der handwerklichen Prozesskette (s. Abb. links) Digitalisierungsmöglichkeiten präsentiert.

HERAUSFORDERUNGEN IN DER DIGITALISIERUNG

1. Zu wenig Wissen in der Planungsphase

- Die Ausgangslage hinsichtlich Strukturen, Abläufen und Prozessen sowie Mitarbeiterkompetenzen und vorhandenen Problemfeldern werden nicht ausreichend ermittelt.
- Die bestehende IT- und Softwarelandschaft wird zu wenig mitberücksichtigt.
- Es ist kein digitaler Fahrplan vorhanden.

2. Zu wenig Kompetenz in der Umsetzungsphase

- Den Verantwortlichen fehlt das notwendige Know-how, um Softwareprojekte optimal umsetzen zu können.
- Die Mitarbeitenden verfügen noch nicht über ausreichende digitale Grundkompetenzen in der Anwendung von digitalen Tools und Prozessen.

3. Zu wenig Beteiligung in der Ausrollung

- Die Mitarbeitenden werden zu wenig oder gar nicht in das Vorhaben miteingebunden und stehen den Maßnahmen skeptisch oder sogar ablehnend gegenüber.
- Die Mitarbeitenden werden im Rahmen der Einführung zu wenig geschult. Der Nutzen wird nicht erkannt und sie greifen in ihrer täglichen Arbeitspraxis wieder auf Gewohntes zurück.

Social Recruiting in sozialen Netzwerken



Einige Recruiting-Agenturen haben sich auf Handwerker spezialisiert. Dabei lohnt es sich, Angebote zu vergleichen.

HANDWERK 4.0: IN ZEITEN DES FACHKRÄFTEMANGELS ENTDECKEN IMMER MEHR UNTERNEHMEN SOZIALE NETZWERKE, UM NEUE MITARBEITER UND AZUBIS ANZUSPRECHEN. DOCH WIE FUNKTIONIERT »SOCIAL RECRUITING« FÜR HANDWERKS BETRIEBE?

Text: *Thomas Busch*

Um Fachkräfte und Auszubildende zu finden, schalten die meisten Unternehmen zurzeit Stellenanzeigen in Online-Jobbörsen. Laut Statista.de war dies 2021 für 70 Prozent der Führungskräfte im deutschsprachigen Raum der bevorzugte Weg. Doch diese Art der Zielgruppenansprache hat einen entscheidenden Nachteil: Die Anzeigen erreichen nur aktiv suchende Bewerber. Um die Zahl der Interessenten zu vergrößern, nutzen deshalb immer mehr Unternehmen eine neue Form der Mitarbeitersuche: das sogenannte »Social Recruiting«. Dabei werden Werbeanzeigen mit eigenen Stellen-

angeboten in sozialen Netzwerken geschaltet, um gezielt Fachkräfte und Azubis zu erreichen, die eigentlich gar keine neue Stelle suchen.

Auch für Handwerksbetriebe ergeben sich dadurch größere Zielgruppen: Laut einer repräsentativen Studie im Auftrag des Digitalverbands Bitkom von Februar 2023 sind mittlerweile 89 Prozent der deutschen Internetnutzer ab 16 Jahren in sozialen Netzwerken aktiv – umgerechnet rund 54 Millionen Menschen. Für 70 Prozent davon gehören soziale Netzwerke sogar zum Alltag.

NIEDRIGE STREUVERLUSTE

Genau deshalb bieten Anzeigenschaltungen in sozialen Netzwerken einen besonderen Vorteil: Unternehmen wie Facebook, Instagram oder TikTok wissen sehr viel über ihre Nutzer, weil diese meist automatisch einer Auswertung persönlicher Daten zustimmen. Durch exakte Zielgruppenprofile erzielen Handwerksbetriebe deshalb niedrige Streuverluste bei Anzeigenschaltungen. So kann man zum Beispiel festlegen, dass die eigene Werbung ausschließlich bei Nutzern aus bestimmten Regionen, Städten oder Postleitzahlenbereichen eingeblendet wird. Durch die Kombination mit weiteren Merkmalen, wie Interessen, Alter, Geschlecht oder anderen demografischen Daten lässt sich das Profil weiter verfeinern. Bei Anzeigenschaltungen können Handwerker je nach sozialem Netzwerk wählen, ob sie Texte, Fotos, Videos oder eine Mischung verschiedener Elemente wünschen.

Das einzuplanende Budget für Werbekampagnen unterscheidet sich je nach sozialem Netzwerk und eigenen Anzeigewünschen. Einige Plattformen rechnen »per Klick« im Cent- oder Euro-Bereich ab, andere nach Tausend-Kontakt- (TKP) oder festgelegten Anzeigenpreisen. Im Vergleich zu klassischen Online-Jobbörsen ist Social Recruiting aber meist deutlich kostengünstiger.

ARBEITGEBERPROFIL ERSTELLEN

Damit Werbeanzeigen in sozialen Netzwerken zu messbaren Erfolgen führen, sollten Handwerksbetriebe allerdings noch etwas Vorarbeit leisten. Denn zu einem Social-Recruiting-Konzept gehören nicht nur die eigenen Ansprüche und Wünsche an Bewerber, sondern auch die Herausarbeitung des eigenen Arbeitgeberprofils. Also: Was macht den eigenen Betrieb besonders? Was sind Unterschiede zu Mitbewerbern? Und was bietet das eigene Unternehmen den Mitarbeitern? Wer es nicht schafft, sich von anderen Betrieben abzuheben, wird nur wenige bis gar keine Bewerbungen erhalten. Denn Social Recruiting führt nur zum Erfolg, wenn ein Unternehmen für Mitarbeiter wirklich attraktiv ist – und außerdem besondere Benefits bereithält. In den Werbeanzeigen sollten zum Beispiel echte Besonderheiten herausgestellt werden, die den Betrieb zu einem guten Arbeitgeber machen. Denkbar sind auch Zitate von aktuellen Mitarbeitern in Form von Texten und kurzen Videos, die positiv von ihrer Arbeit, dem Betriebsklima oder spannenden Projekten berichten.



Im Vergleich zu klassischen Online-Jobbörsen ist Social Recruiting aber meist deutlich kostengünstiger.

Ein weiterer wichtiger Punkt für das eigene Social-Recruiting-Konzept: Die Erstbewerbung für Interessenten muss möglichst einfach gehalten sein. Optimal sind selbst gestaltete Landingpages – also Internetseiten, auf denen die Interessenten weitere Informationen zum Betrieb bekommen und sich direkt online bewerben können. Je kürzer der Bewerbungsprozess, desto besser – denn bei der Abfrage zu vieler Informationen verzichten Interessenten oft auf das Abschicken ihrer Daten.

RECRUITING-AGENTUREN FÜRS HANDWERK

Wer die Realisierung und Schaltung von Werbeanzeigen nicht selbst übernehmen möchte, kann damit auch spezielle Recruiting-Agenturen beauftragen. Einige davon haben sich auf Handwerker spezialisiert. Dabei lohnt es sich, Angebote zu vergleichen, die Arbeitsweisen der Agenturen zu prüfen und nach Referenzkunden aus dem Handwerksbereich zu fragen.

AUSGEWÄHLTE SOCIAL-RECRUITING-AGENTUREN

Agentur	Aramaz Digital	Clever Talents	Evododo	Keller Digital	LK Recruiting	Plücom Digital
Beschreibung	Social-Recruiting-Agentur, vor allem für Bäckereien, Konditoreien, Fleischereien, Lebensmittelbetriebe	Social-Recruiting-Agentur für Handwerksunternehmen	B2B-Online-Marketing-Agentur für Industrie- und Handwerksbetriebe	Online-Marketing-Dienstleister für Unternehmen im Handwerk	Social-Recruiting-Agentur für mittelständische Unternehmen in Bau und Handwerk	Social-Recruiting-Agentur für technisches Handwerk und Gewerbe
Internet	aramaz-digital.de	clever-talents.de	evododo.de	kellerdigital.de	lk-beratung.de	pluecomdigital.de

Stand: 16. Februar 2023. Alle Angaben ohne Gewähr.

AUSGEWÄHLTE SOZIALE NETZWERKE

Netzwerk	Facebook	Instagram	LinkedIn	Pinterest	Stayfriends
Beschreibung	Soziale Plattform zur privaten und geschäftlichen Vernetzung	Soziale Plattform zum Teilen von Bildern und Videos	Soziales Business-Netzwerk	Soziale Plattform zum Teilen von Bildern	Soziale Plattform zur Vernetzung mit (Schul-)Freunden
Nutzer in Deutschland	zirka 47 Mio. monatlich	zirka 32 Mio. monatlich	zirka 14 Mio. monatlich	zirka 16 Mio. monatlich	zirka 2,5 Mio. monatlich
Anzeigen-Schaltung	facebook.com/business/ads	business.instagram.com/advertising	business.linkedin.com/de-de/marketing-solutions/ads	business.pinterest.com/de/advertise	stayfriends.com/werbung

Netzwerk	TikTok	Twitter	YouTube	XING
Beschreibung	Soziale Plattform zum Teilen von Kurzvideos	Echtzeit-Informationsnetzwerk für Kurznachrichten	Soziale Plattform zum Teilen von Videos	Soziales Business-Netzwerk
Nutzer in Deutschland	zirka 15 Mio. monatlich	zirka 8 Mio. monatlich	zirka 30 Mio. wöchentlich	zirka 17 Mio. monatlich
Anzeigen-Schaltung	tiktok.com/business/de	ads.twitter.com	youtube.com/intl/de/ads	xing.com/xas

Stand: 16. Februar 2023. Alle Angaben ohne Gewähr.

CHECKLISTE

SOCIAL-RECRUITING-ANZEIGEN SCHALTEN

Konzept entwickeln: Wen wollen Sie mit Ihrer Werbekampagne erreichen? Fachkräfte, Auszubildende oder Quereinsteiger? Mit welchen Argumenten kann die Zielgruppe vom eigenen Betrieb überzeugt werden?

Netzwerke aussuchen: Über welche sozialen Netzwerke lässt sich die Zielgruppe an besten erreichen? Die meisten Nutzer bei TikTok sind zum Beispiel unter 35 Jahren, bei Facebook über 35. Fachkräfte nutzen oft Business-Netzwerke wie XING oder LinkedIn.

Profil anlegen: Erstellen Sie in allen sozialen Medien, in denen Sie Anzeigen schalten wollen, ein eigenes Unternehmensprofil. Zeigen Sie darin, was Ihren Betrieb ausmacht und wie Sie sich von Wettbewerbern unterscheiden. Nutzen Sie unbedingt Fotos und vielleicht auch einige Videos, um Ihr Unternehmen sympathisch und professionell zu präsentieren.

Landingpage realisieren: Erstellen Sie für jede Zielgruppe (Fachkräfte, Azubis oder Quereinsteiger) eine spezielle Landingpage, auf der wichtige Informationen zu Ihrem Betrieb zu finden sind. Was macht Sie zu einem guten Arbeitgeber? Und welche Besonderheiten bieten Sie der angesprochenen Zielgruppe? Fügen Sie ein Formular für

einen einfachen Bewerbungsprozess ein (zum Beispiel eine kurze Abfrage von Kontaktdaten, Fähigkeiten und Gehaltsvorstellung).

Anzeige produzieren: Realisieren Sie Ihre Text-, Banner- oder Videoanzeigen – wenn nötig – in einzelnen Bereichen mit Hilfe von Grafikern, freien Textern oder Fotografen/Videoproduzenten. Die Inhalte sollten professionell und authentisch wirken. Fügen Sie den Link zur Landingpage für einen einfachen Bewerbungsprozess ein.

Anzeigen schalten: Besuchen Sie die Seite für Anzeigenschaltungen des gewünschten sozialen Netzwerks und laden Sie Ihre Text-/Foto-/Videoanzeigen hoch.

Streuverluste minimieren: Machen Sie im Buchungsprozess alle nötigen Angaben und minimieren Sie Streuverluste durch exakte Vorgaben zu Ihrer Zielgruppe. Wichtige Kriterien sind zum Beispiel Region, Stadt oder Postleitzahl, Alter, Geschlecht, Interessen sowie weitere demografische Daten.

Erfolge analysieren: Nutzen Sie statistische Auswertungen, Tracking-Ergebnisse oder eigene Analysen, um den Erfolg Ihrer Anzeigen zu beurteilen und weiter zu verbessern.

»Müssen Handwerk neu denken«

ZDH-GENERALSEKRETÄR HOLGER SCHWANNECKE ÜBER DIE NEUEN MOTIVE DER IMAGEKAMPAGNE, DIE MIT KLISCHEES UND VORURTEILEN SPIELT.



16 Handwerkerinnen und Handwerker zeigen auf Plakaten, im TV und auf Social-Media-Plattformen die vielen Facetten des Wirtschaftsbereichs.

Interview: Kirsten Freund

DHB: Herr Schwannecke, das neue Motto der Imagekampagne lautet »Handwerk neu denken«. Die Motive spielen mit Vorurteilen und Klischees. Was ist Ihre Kernbotschaft? Und wen möchten Sie in diesem Jahr damit vor allem erreichen?

Holger Schwannecke: Wir alle haben Bilder im Kopf, wenn wir an »das Handwerk« denken. Diese Bilder greifen aber oft zu kurz. Mit 16 starken Charakteren zeigen wir: Das Handwerk ist so vielfältig wie die Menschen, die es ausüben. Dabei spielen auch Facetten eine Rolle, die man

auf den ersten Blick vielleicht nicht mit dem Handwerk verbindet – etwa Internationalität oder ein Studium. Mit den Motiven wollen wir überraschen und dazu anregen, Denkmuster zu hinterfragen. Gezielt knüpfen wir an die Debatte an, die wir im vergangenen Jahr mit »Hier stimmt was nicht« angestoßen haben. Die Kampagne richtet sich wie immer an die breite Öffentlichkeit und in besonderem Maße an Jugendliche sowie Eltern und Lehrkräfte, denen wir zeigen wollen, wie viele Chancen im Handwerk stecken.



Wer von beiden sieht die Welt?

Beide. Denn beide kommen viel rum – mit ihrem Handwerk. Thomas Müller ist Metallbauer und gibt sein Wissen als Trainer und Dozent in internationaler Entwicklungszusammenarbeit unter anderem in Afrika und Indien weiter. Als beste Sattlerin ihres Abschlussjahres bereiste Lucy Schmidt schon viele europäische Länder, um Erfahrungen auch in anderen Handwerksbetrieben zu sammeln, und will jetzt nach Übersee.

Unsere duale Berufsausbildung ist hoch angesehen. Auf der ganzen Welt, und die ganze Welt braucht Handwerk. Jetzt entdecken, wie international das Handwerk ist. www.handwerk.de/neudenken

DAS HANDWERK
DIE WIRTSCHAFTSMACHT VON NEBENAN

NEU DENKEN.

DHB: Laut einer aktuellen Forsa-Umfrage erreicht die Wahrnehmung des Handwerks 2022 Rekordwerte. Wie erklären Sie sich das, und welche Rolle spielt die Imagekampagne dabei?

Schwannecke: Hier spielen sicherlich unterschiedliche Faktoren eine Rolle. Zum einen machen wir mit der Kampagne seit fast 15 Jahren eine intensive Kommunikationsarbeit. Das spiegelt sich natürlich auch in der Wahrnehmung des Handwerks als »Marke« wider. Zum anderen ist der Fachkräftebedarf im Handwerk ein Thema, das viele Menschen im Alltag betrifft. Und erfreulicherweise kommt hinzu, dass immer mehr Menschen mittlerweile die Bedeutung des Handwerks für zentrale gesellschaftliche Herausforderungen wie die Energie- und Verkehrswende erkennen. Das ist mit Sicherheit auch auf die Kampagne im vergangenen Jahr zurückzuführen, mit der wir provokant gefragt haben: »Und wer setzt das alles um?«.

DHB: Beim Ansehen des Handwerks gibt es allerdings noch Luft nach oben, gerade bei den Jugendlichen. Spielen die neuen Motive bei diesem Thema auch eine Rolle?

Schwannecke: Natürlich wollen wir mit unseren neuen Motiven auch die Jugend begeistern. Die Vielfalt im Handwerk ist ein Leitthema in diesem Jahr. Gezielt stellen wir Bereiche vor, die die junge Generation besonders ansprechen: etwa Kreativität, Internationalität, die Klimawende oder die Möglichkeit, als Chefin oder Chef eines Handwerksbetriebs schon früh

Verantwortung zu übernehmen. Wir werden im Laufe des Jahres auch verstärkt in Medien unterwegs sein, die vor allem Jugendliche lesen, hören und sehen – unter anderem mit einem neuen TikTok-Kanal.

DHB: Im vergangenen Jahr waren die Motive zugespitzt und haben teilweise heftige Debatten ausgelöst. Wie sind die ersten Reaktionen in diesem Jahr?

Schwannecke: Bislang haben wir durchweg positive Rückmeldungen erhalten, vor allem über unsere Social-Media-Kanäle. Dazu trägt sicherlich auch bei, dass wir echte, authentische Persönlichkeiten aus dem Handwerk in den Mittelpunkt stellen, mit denen sich viele identifizieren können. Vielfalt und Zusammengehörigkeitsgefühl sind im Handwerk zwei Seiten einer Medaille.

DHB: Die Kampagne gibt es jetzt schon seit mehr als zehn Jahren. Verraten Sie uns, wie es weitergeht und was Sie als nächstes planen?

Schwannecke: Die Handwerkskampagne hat es geschafft, aus der »Wirtschaftsmacht von nebenan« eine starke, wiedererkennbare Marke zu machen. Wir werden weiterhin zeigen, was das Handwerk kann und leistet – und dabei auch künftig gesellschaftliche und politische Rahmenbedingungen in den Blick nehmen und hinterfragen. Durchaus auch laut und zugespitzt, wenn es sein muss. Und für die Jugendausprache haben wir sicher noch die eine oder andere Überraschung parat.

»Die Vielfalt im Handwerk ist ein Leitthema in diesem Jahr.«

Holger Schwannecke, Generalsekretär des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH)



Foto: © Werner Schüring / ZDH

WIE KÖNNEN HANDWERKS BETRIEBE DIE IMAGEKAMPAGNE IN IHR EIGENES MARKETING EINBINDEN?

Auf dem Werbeportal <https://werbeportal.handwerk.de/> können sich Handwerksbetriebe über 2.000 Vorlagen für ihre eigene Kommunikationsarbeit herunterladen: von der klassischen Printanzeige über den Social-Media-Post und das Video bis hin zur Bauzaunpläne. Die Vorlagen können dabei personalisiert werden, die Betriebe können also ihr eigenes Logo einbinden beziehungsweise bei einigen Produkten auch eigene Texte und Bilder einfügen.

NACHHALTIGE PRODUKTE FÜR DEN BAU

Ob spritzbare Hochleistungsdämmung, solaraktive Farben, Strohdämmplatten oder Holz-Beton-Hybriddecken – zahlreiche Innovationen des renommierten Trockenmörtel-Herstellers Maxit wurden entweder jüngst entwickelt oder ökologisch optimiert. Erstmals gezeigt werden sie direkt an einem »CO₂-Zukunftshaus« auf der Bau in Halle A1.

Dazu vorgesehene Maxit-Präsentationen können am eigens konzipierten CO₂-Zukunftshaus, bei Live-Vorführungen auf der Bühne sowie auf der Großbild-Leinwand im Hintergrund, verfolgt werden. Thematisch steht der Auftritt ganz im Zeichen von »Nachhaltigkeit und CO₂-Reduzierung«.

Ein Highlight ist dabei die spritzbare Hochleistungsdämmung »Ecosphere«. Die Dämmlösung auf Mörtelbasis ist direkt aus dem Silo spritzbar und lässt sich fugenlos und somit



Die spritzbare Hochleistungsdämmung Ecosphere in der Anwendung.

einfach verarbeiten. Für die guten Dämmeigenschaften von 0,040 W/(mK) sorgen Mikrohohlglaskugeln im Inneren, die dank Vakuumeinschluss den Wärmedurchgang verzögern – eine Technologie, die 2020 mit der Nominierung für den Deutschen Zukunftspreis des Bundespräsidenten ausgezeichnet wurde. Ecosphere ist als Innendämmung sowie als

Fassadendämmung erhältlich und lässt sich aufgrund ihrer rein mineralischen Beschaffenheit vollständig recyceln.

Eine weitere Alleinstellung im Markt besitzt die Maxit-Gruppe mit ihren »Mörtelpads«, die 2015 erstmals vorgestellt wurden. Die Trockenmörtelplatten lassen sich mit Wasser aktivieren und sorgen dafür, dass sich Mauerwerk schneller, einfacher und sicherer herstellen lässt. Zur BAU 2023 kündigt Maxit eigens eine neue Version des Mörtelpads an, die über eine nochmals verbesserte Umweltbilanz verfügt. Auch werden auf der Messe solaraktive, ökologisch optimierte Farbsysteme oder auch Holz-Beton-Hybriddecken für umweltschonenden Wohnungsbau präsentiert. Ebenso wenig fehlen die ökologischen Strohtrockenbau- oder auch Strohdämmplatten für die Innen- und Außendämmung.

Anzeige

Wir machen
NRW
NACHHALTIGER



„Ich liebe es, Metall und meiner Firma eine besondere Form zu geben.“
Fördern, was NRW bewegt.

Melanie Baum, Geschäftsführerin Baum Zerspanungstechnik, fertigt anspruchsvolle Dreh- und Frästeile nach Kundenwunsch – mit zufriedenen Mitarbeitern und modernen Maschinen. Die nötige Finanzierung ermöglichte ihr die NRW.BANK.

Die ganze Geschichte unter: nrwbank.de/baum



NRW.BANK
Wir fördern Ideen

Handwerker sind

Deutsches Handwerksblatt und der Bekleidungsspezialist *Fristads* loben *Preis für Handwerksbetriebe* aus.

Klimaretter



Ohne das Handwerk wäre die Klimawende nicht zu stemmen. Der Klimaretter-Award Handwerk zeichnet besonders innovative Handwerksunternehmen für Klimaschutzmaßnahmen im eigenen Betrieb aus.



Foto: © Fristads



»Wir wollen zeigen, welche Potenziale zum Klimaretter im Handwerk liegen, und dieses positive Image in der Öffentlichkeit verankern.«

Stefan Buhren, Chefredakteur des Deutschen Handwerksblatts

Sie bauen Photovoltaikanlagen aufs Dach, dämmen Dächer und Fassaden, installieren Wärmepumpen, machen Smart-Home-Lösungen möglich, schließen die Wallbox für den E-Fuhrpark an – und vieles mehr. Handwerker sind täglich als Klimaretter für ihre Kunden im Einsatz. Doch auch bei der Umsetzung klimafreundlicher Maßnahmen im eigenen Unternehmen zeigen sich viele Handwerker innovativ. Das soll nun belohnt werden: Mit dem Klimaretter-Award Handwerk loben das Deutsche Handwerks-

blatt und der Workwear-Hersteller Fristads gemeinsam einen attraktiven Preis zum Thema Nachhaltigkeit für das Handwerk aus.

Handwerk hat Vorreiterrolle

»Was Handwerker jeden Tag leisten und mit welchem Einsatz sie den Klimaschutz durch ihre tägliche Arbeit vorantreiben, ist einzigartig«, sagt Stefan Buhren, Chefredakteur des Deutschen Handwerksblatts.

»Aber nicht nur beim Kunden, auch

bei der Aufstellung des eigenen Betriebs sind Handwerker Vorreiter in Sachen Klimafreundlichkeit. Genau das wollen wir sichtbar machen.«

Thomas Syring, Geschäftsführer der DACH-Region bei Fristads, ergänzt: »Als Berufskleidungshersteller fühlen wir uns dem Handwerk eng verbunden. Wir versorgen die Handwerker auf der Baustelle und in der Werkstatt mit funktionaler und sicherer Kleidung. Dabei beschäftigen wir uns als Unternehmen mit schwedischen Wurzeln schon sehr lange mit dem Thema Nachhaltigkeit. Wir haben uns unternehmensweit das ehrgeizige Ziel gesetzt, unsere Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2030 um 50 % zu senken, und wir wollen nicht nur in Bezug auf Qualität und Design, sondern speziell auch in Bezug auf Nachhaltigkeit die führende Rolle in der Berufsbekleidungsindustriebranche einnehmen. Deshalb hat uns die Idee besonders gereizt, den Klimaretter-Award für das Handwerk gemeinsam mit dem Deutschen Handwerksblatt auszuloben.«

Wer kann sich bewerben?

Bewerben kann sich jeder eingetragene Handwerksbetrieb aus Deutschland, der in den vergangenen drei Jahren seinen Betrieb klimafreundlich aufgestellt hat. Das können die Nutzung von Erdwärme für die Gewerbeimmobilie, Photovoltaikanlagen auf dem Dach, eigene Wallboxen für den E-Fuhrpark sein, aber auch wassersparende Installationen oder eine Betriebsorganisation, die Ausschuss vermeidet und Ressourcen schont. Kurzum: Beispiele und Ideen gibt es viele, und der Kreativität über alle Gewerke hinweg sind keine Grenzen gesetzt! Einzige Einschränkung: Die eingereichten Projekte bzw. Maßnahmen sollten nicht älter als drei Jahre sein.

»Wir wollen zeigen, welche Potenziale zum Klimaretter im Handwerk liegen, und dieses positive Image in der Öffentlichkeit verankern«, sind sich die Initiatoren sicher. »Denn es sind letztlich die Handwerker, die bei diesem Thema Experten sind.«

Eigens für die Bewerbung wurde eine Internetseite eingerichtet. Dort ist ein Bewerbungsformular hinterlegt, in das man die Betriebsdaten sowie eine Kurzbeschreibung des Projekts eingeben kann. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, ergänzende Dateien (Projektbeschreibung, Fotos, weitere Anlagen) hochzuladen.

Eine hochkarätig besetzte Jury schaut sich die Projekte an, beurteilt zum Beispiel die Originalität und Vorbildfunktion, ob auch andere die Maßnahmen für sich realisieren können.

Preise im Wert von 20.000 Euro



Neben einer umfangreichen Berichterstattung in den Medien erwarten die Gewinner Preise im Wert von 20.000 Euro. Zusätzlich winkt dem Hauptgewinner eine Reise für zwei Personen zum Fristads-Firmensitz nach Borås in Schweden



Bewerbungsschluss ist der 31. August 2023, die Preisverleihung erfolgt auf der A+A in Düsseldorf am 19. Oktober 2023.



Weitere Informationen zum Klimaretter-Award Handwerk unter [klimaretter-handwerk.de](https://www.klimaretter-handwerk.de)

Produkte für optimales Energiemanagement

CONRAD SOURCING PLATTFORM BIETET GROSSE AUSWAHL AN SMARTEN STECKDOSEN, LED-BELEUCHTUNG, STROMVERBRAUCHS-MESSTECHNIK UND E-MOBILITY-LÖSUNGEN

Energieverbrauch, Kosteneinsparung und Unabhängigkeit bei der Stromversorgung zählen zu den aktuellen Topthemen in der Gebäudetechnik. Deshalb stehen derzeit auch bei Conrad Electronic die Themen Energie und Gebäude im Fokus. Als Beschaffungspartner im Bereich des technischen Bedarfs bietet die Conrad Sourcing Plattform Profis aus Industrie, Handwerk, Service- und Anlagentechnik, Elektro- und Lichtinstallation und Facility-Management eine große Auswahl an Produktangeboten. In der Themenwelt »Energie- & Gebäudetechnik« stehen außerdem Neuheiten, Trends und Anwendungsbeispiele bereit.

THEMENWELT MIT NEUHEITEN, TIPPS UND TRENDS

Smarte Steckdosen, LED-Beleuchtung, Stromverbrauchs-Messtechnik, Lösungen im Bereich alternative Energien, mobile Energiespeicherung und E-Mobility sowie passendes Zubehör: Mit seiner Beschaffungsplattform deckt Conrad die komplette Sortimentsbreite und -tiefe im Segment Energie- und Gebäudetechnik ab. Neu im Sortiment sind unter anderem Komponenten von Siemens für die Energieverteilung. Dazu kommen innovative Leuchtmittel von Ledvance, Netzqualitäts- und Netzanalysegeräte von Chauvin Arnoux oder smarte Verbrauchsmessgeräte von Voltcraft.

Das Voltcraft SEM5000 wird zwischen Steckdose und Verbraucher gesteckt und zeigt schnell und präzise den Energieverbrauch oder die Stromkosten an.



Die Anforderungen an die Energieverteilung in Gebäuden haben sich in den letzten Jahren stark verändert.

Das Team von Conrad will aber nicht einfach nur Produkte verkaufen: »Wir verstehen uns als Lösungsanbieter und Ideengeber und wollen unsere Kunden dabei unterstützen, Energiesparpotenziale zu erkennen und die passende Produktlösung zu finden. Deshalb bieten wir Betrieben, Behörden und Bildungseinrichtungen in unserer Themenwelt Inspiration und konkrete Hilfestellung, um effizientes Energiemanagement erfolgreich zu realisieren«, erläutert Christian Fleischmann, bei Conrad Electronic für die Kategorie Home verantwortlich.

USE CASES FÜR DIE GEBÄUDEPRAXIS

Wenn es beispielsweise um »Energie sparen und überwachen« geht, ermöglichen bereits kleine Maßnahmen große Einsparpotenziale: Umrüstung auf smarte LED-Technik, Bewegungsmelder in wenig frequentierten Räumen, Zeitschaltuhren oder Tageslichtsensoren mit Dimmer sorgen für mehr Energieeffizienz. Welche Lösungen es gibt und wie genau die Produkte zum Einsatz kommen können, zeigt ein spezieller Use Case zu diesem Thema. Ein zweiter Schwerpunkt beschäftigt sich mit dem Thema »Energie verteilen und nutzen«, denn die Anforderungen an die Energieverteilung in Gebäuden haben sich in den letzten Jahren stark verändert. Beim Schwerpunktthema »Energie erzeugen und speichern« werden mobile Versorgungslösungen vorgestellt, die auch an Orten ohne Strom oder bei temporären Stromausfällen bestmögliche Versorgungssicherheit bieten. Präsentiert werden außerdem mobile und stationäre »Ready-to-use«-Lösungen, die einen kostengünstigen Einstieg in die Nutzung erneuerbarer Energien ermöglichen.

conrad.de

Geringere CO₂-Emissionen:
Gas-Brennwertkessel Logano
plus KB192i und Wärmepum-
pen-Außeneinheit Logatherm
WLW196i A H.

Foto: © Buderus



Vom Brennwertkessel zum Hybridsystem

BUDERUS BRENNWERTKESSEL LASSEN SICH MIT WÄRMEPUMPEN-ERGÄNZUNGSPAKETEN SCHNELL UND KOMFORTABEL ZUM WÄRMEPUMPEN-HYBRIDSYSTEM NACHRÜSTEN.

Heizungsinstallateure können Anlagenbetreiber, die ihren Buderus-Gas- oder Öl-Brennwertkessel mit einer Wärmepumpe aufwerten möchten, jetzt noch besser unterstützen. Ab sofort hat Buderus Wärmepumpen-Ergänzungspakete mit allen erforderlichen Komponenten zur Nachrüstung im Portfolio – Luft-Wasser- Wärmepumpen-Außeneinheit, Hybrid-Hydraulikgruppe, Hybridmanager, Regelung und weiteres Zubehör. Der Kessel wird so zum förderfähigen Wärmepumpen-Hybridsystem. Die Pakete gibt es für die Gas-Brennwertkessel der Baureihen Logano plus GB212 und Logano plus KB192i sowie für den Öl-Brennwertkessel Logano plus KB195i.

EINE NUMMER GENÜGT

Über nur eine Bestellnummer erhalten die Installateure alles, was für die Erweiterung zum Wärmepumpen-Hybridsystem benötigt wird. Die im Paket enthaltene Wärmepumpen-Außeneinheit gibt es in den Leistungsgrößen 6, 8 oder 11 kW. Zur Wahl stehen auch Pakete mit dem Wärmepumpen-Warmwasserspeicher Logalux SH290 RS inklusive Kessel-Speicherverrohrung. Um einen Brennwertkessel zum Wärmepumpen-Hybridsystem zu erweitern, stellen Fachhandwerker die Wärmepumpeneinheit im Außenbereich auf. Anschließend werden Wärmepumpe und Kessel über die mitgelieferte Hybrid-Hydraulikgruppe hydraulisch miteinander verbunden. Ist eine Photovoltaikanlage installiert, lässt sich der selbst erzeugte Strom für den Betrieb der Wärmepumpen-Außeneinheit verwenden.

INTELLIGENTER HYBRIDMANAGER INKLUSIVE

Der in den Paketen enthaltene Hybridmanager HM200 vernetzt Brennwertkessel und Wärmepumpen-Außeneinheit effizient. Er steuert den Betrieb und bindet die Wärmepumpe in das Regelsystem Logamatic EMS plus des Heizsystems ein. Abhängig von der gewählten Regelungsstrategie entscheidet der Hybridmanager, ob die Wärmepumpe und/oder der Brennwertkessel die Wärme bereitstellen soll. Endkunden können zwischen mehreren Regelstrategien wie »Kosten« und »CO₂« wählen. Die kostenoptimierte Strategie errechnet anhand der Energiepreise, welcher Wärmeerzeuger aktuell kosteneffizienter arbeitet. Die CO₂-optimierte Strategie wählt den Wärmeerzeuger, der aktuell energieeffizienter beziehungsweise CO₂-reduzierter arbeitet. buderus.de

Anzeige

CONRAD Alle Teile des Erfolgs

Für Ihre Projekte im Bereich **Energie- und Gebäudetechnik** haben wir genau die Teile für Ihren Erfolg:

Produkte, passende Services und persönliche Beratung.

Erfahren Sie mehr online.

conrad.de/energy-building

Den Toten ihren Namen zurückgeben

IM ERDBEBENGEBIET DER TÜRKEI HABEN DIE BESTATTER VON DEATHCARE BIS ZU 300 VERSTORBENE TÄGLICH UMSORGT UND DIE FAMILIEN BEGLEITET.



Die Helfer von Deathcare sahen unfassbares Leid. Das Erdbeben hat Familien zerstört, ausgelöscht, Eltern ihrer Kinder beraubt und Kinder zu Waisen gemacht.

Text: *Vera von Dietlein*

Noch am 6. Februar, dem Montag, an dem die Erde in der Türkei und Syrien jüngst erstmals bebte, bekundete das ehrenamtliche Deathcare Embalmingteam Germany seine Hilfsbereitschaft gegenüber einem Türkischen Generalkonsulat. »Dann ging alles rasend schnell«, berichtet Bestattermeister und Deathcare-Pressesprecher Daniel Niemeyer. Auf Einsätze bei Unfällen und in Katastrophengebieten ist der gemeinnützige Verein vorbereitet. Ein Container mit Werkzeugen, Arbeitsgeräten und Materialien steht am Flughafen Münster-Osnabrück immer startklar bereit.

Schon am Freitag saß das erste Team im Flugzeug nach Kahramanmaraş mit Zwischenstopp in Istanbul: Einsatzleiter

Markus Maichle mit 13 Bestatterkollegen aus ganz Deutschland, zwei Dolmetschern und Organisatoren. Der türkische Innenminister empfing sie am Flughafen. Die Reise ging weiter in das schwer verwüstete Gebiet in Richtung Gaziantep. Dort kontaktierte die Gruppe Polizei, Staatsanwaltschaft und Gerichtsmedizin. Sogleich begann die Arbeit in Kooperation mit den anwesenden Rettungsorganisationen, auch zu deren psychischer und physischer Entlastung. Deathcare ist zur Stelle, wenn Tote aus den Trümmern geholt werden, wenn es nicht mehr um Lebensrettung geht.

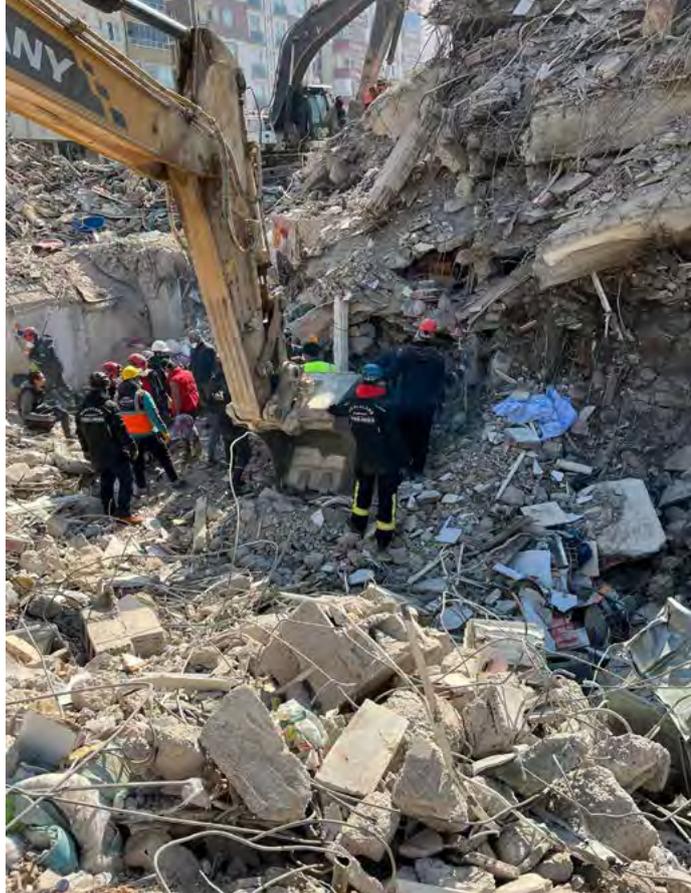
150 bis 300 Leichen barg das Team täglich behutsam aus dem Schutt eingestürzter Gebäude. Die verletzten Körper wurden würdevoll versorgt, desinfiziert und zur Identifikation durch Angehörige vorbereitet. Rasches Handeln dient dem Seuchenschutz. In Absprache mit der Regierung übergaben die Bestatter die Toten auf neu angelegten

Friedhöfen an ihre türkischen Kollegen. Diese konnten sich nun rund um die Uhr auf die Beisetzungen nach der islamischen Religion konzentrieren.

»Als Mediziner, Forensiker, Psychologen und Bestatter sind wir mit Tod und Trauer in unserem Arbeitsalltag vertraut«, sagt Niemeyer. Jedoch auch die Profis waren von dem Erlebtem bewegt: Etwa als drei Kinder im Alter von fünf bis acht Jahren zur großen Leichenhalle kamen, um ihre Eltern zu suchen. Man fand sie dort. Die Geschwister mussten erfahren, dass sie Waisen geworden waren. Aber es gab auch das freudige Ereignis, als nach über zehn Tagen eine junge Frau in einem Hohlraum lebend gefunden wurde, die bei ihrer Entdeckung winkte.

Die Belastung der Handwerker war ebenso körperlich höchst anstrengend; individuelle Hygiene in der zerstörten Stadt ist nicht möglich. Es gab nur wenige Stunden Schlaf in der zur Unterkunft umfunktionierten Eissporthalle. Aber: »Die Arbeit stieß auf große Dankbarkeit der Menschen. Sie gaben Essen und Wasser, obwohl sie teils selbst alles verloren hatten«, so Niemeyer. Nachdem offizielle Stellen eine Verlängerung des Einsatzes angefordert hatten, reiste das zweite Team eine Woche später als Ablösung an. Es bestand aus Leiter René Strawinski, insgesamt zehn Bestattern und einem Dolmetscher.

Das bundesweite Medieninteresse an der Freiwilligenarbeit war enorm. Rund um die Uhr gingen Anfragen von Journalisten beim Pressesprecher ein. Der Zweck von Deathcare bestehe in der Hilfeleistung, erklärt er dann.



Schwierige Einsätze im Team bewältigen, gemeinsam Eindrücke verarbeiten, auch das ist der Gedanke von Deathcare. Das Team arbeitet eng mit den örtlichen Hilfs- und Rettungskräften zusammen.



Zu den 77 Fördermitgliedern gehört der Bundesverband Deutscher Bestatter.

»Es ist unser Anliegen, den Verstorbenen ihren Namen zurückzugeben. Nur so ist eine würdige Bestattung möglich.« Dieser Fokus umfasse auch den sensiblen und respektvollen Umgang mit den trauernden Hinterbliebenen.

So habe sich der Verein hohe moralische Standards gesetzt und wolle den Teamgedanken der 72 aktiven Helfer umsetzen. Das Team fängt sich auf, unterstützt sich gegenseitig und kann so die Kraft zum Weitermachen schöpfen. Was als loser Zusammenschluss 1999 auf Initiative von Bestattermeister Dieter Sauerbier begann, führte 2005 zur Gründung eines weltweit einzigartigen Vereins. Deathcare wird grundsätzlich überall tätig, wenn dies gewünscht wird. »Die 2021 bei offiziellen Stellen angebotene Hilfe nach der Flutkatastrophe im Ahrtal wurde nicht angenommen«, antwortet Niemeyer den Stimmen, die ihn jetzt über Soziale Medien fragen, wo die Helfer damals gewesen seien.

Für das professionelle Vorgehen sorgt vereinsinternes Know-how; viele Mitglieder haben Erfahrung aus Rettungsdiensten, Bundeswehr, Feuerwehr oder Technischem Hilfswerk. Zu den 77 Fördermitgliedern gehört der Bundesverband Deutscher Bestatter, dessen Vizepräsident Maichle ist. »Qualifizierter Nachwuchs – Thanaopraktiker, Bestattergesellen und -meister – sind im Deathcare Embalmingteam Germany willkommen«, lädt Niemeyer zur Mitarbeit ein.

deathcare.de

tiger als ersterer. Dabei werden Verfügungen innerhalb des Kreditrahmens meist flexibel zugelassen. Darüber hinaus kann man – je nach Angebot – konkrete Vereinbarungen über feste Tilgungsraten treffen, deren Höhe sich an den finanziellen Möglichkeiten des Kreditnehmers orientiert. Vor allem bei kleineren Mittelbetrieben wie jenem von Robert W. kann der Abrufkredit eine interessante Finanzierungsalternative darstellen. Die Zinssätze liegen je nach Bonität des Kreditnehmers um einige Prozentpunkte unterhalb der Sätze des Kontokorrentkredites.

Manche Hausbank stellt diese Kreditform ausschließlich Privatpersonen zur Verfügung und geht über eine

Günstigere Alternativen zum Überziehungskredit

WOHL KEINE KREDITFORM IST FÜR BETRIEBSINHABER SO TEUER WIE DER KONTOKORRENT- ODER ÜBERZIEHUNGSKREDIT AUF DEM GESCHÄFTSKONTO. WIE MAN DIESE KOSTEN VERRINGERN KANN, LESEN SIE HIER.

Text: *Michael Vetter*

Zum sprichwörtlichen Knackpunkt für Betriebsinhaber hat sich in den vergangenen Jahren der Überziehungs- oder Barkredit auf dem Geschäftskonto entwickelt. Zinssätze von mittlerweile zehn, zwölf und mehr Prozenten sind keine Seltenheit. Wegen schwer kalkulierbarer Einnahmen sind viele kleine und mittlere Unternehmen zunehmend auf diese zwar bequeme, aber sehr teure Kreditform angewiesen, um ihren Finanzverpflichtungen pünktlich nachzukommen. So kann zum Beispiel Handwerker Robert W. Kontoüberziehungen über das Kreditlimit hinaus längst nicht mehr vermeiden. Diese bringen zusätzliche Zinsbelastungen von bis zu sechs Prozent pro Jahr. Selbst seiner Hausbank fällt dieses Zahlungsverhalten ihres Kunden mittlerweile auf. Deshalb sucht sie das Gespräch, um mit ihm mögliche Alternativen zum Geschäfts- oder Überziehungskredit zu bereden. Dabei geht es um die folgenden – meist weitaus preiswerteren – Kreditmöglichkeiten.

ABRUFKREDIT

Eine Variante des Überziehungskredites ist der Abrufkredit. Sie ist regelmäßig um mehrere Prozente kostengünstiger als ersterer.

bestimmte Größenordnung von 25.000 oder 50.000 Euro nicht hinaus. Hier ist dann das Verhandlungsgeschick des Unternehmers gefragt.

GELDMARKT- ODER EUROKREDIT

Eine weitere Variante des Überziehungskredites, der kurzfristige Geldmarkt- oder Eurokredit, kann die Zinsen ebenfalls reduzieren. So ist etwa eine Aufteilung des bisherigen Überziehungskredites dadurch möglich, dass die Bank einen Teil der ursprünglichen Kreditlinie für den Eurokredit zur Verfügung stellt. Es ist grundsätzlich üblich, dass der Eurokredit während der vereinbarten Laufzeit in voller Höhe in Anspruch genommen werden muss. Eine nur vorübergehende Inanspruchnahme müssten Betriebsinhaber also meistens individuell verhandeln.

Dafür gibt es im Gegenzug aber flexible Gestaltungen bei den Laufzeiten: Die üblichen Zeiträume bei Eurokrediten bewegen sich zwischen einem Monat und einem Jahr. Gegebenenfalls erforderliche Verlängerungen der ursprünglichen Laufzeit sollten rechtzeitig mit der Bank besprochen werden. Bei einer Aufteilung des bisherigen Kontokorrentkredites sind zusätzliche Sicherheiten meist nicht erforderlich, da sich am Kreditvolumen insgesamt nichts ändert.

! Eine Variante des Überziehungskredites ist der Abrufkredit. Sie ist regelmäßig um mehrere Prozente kostengünstiger als ersterer.



Die üblichen Zeiträume bei Eurokrediten bewegen sich zwischen einem Monat und einem Jahr.

Foto: © Stock.com / dlsample_stock



GLOSSAR

Kreditlinie / Kreditrahmen

Damit wird der zur Verfügung gestellte Kreditbetrag bezeichnet.

Genehmigte Überziehung

Innerhalb dieser Kredithöhe kann der Kontoinhaber über den jeweiligen Betrag verfügen.

Geduldete Überziehung

Hier lässt die Bank als Kreditgeber über die genehmigte Überziehung hinausgehende Kontoverfügungen zu. Der Kunde bezahlt diese Dienstleistung mit zusätzlichen Überziehungszinsen.

Prolongation

Eine Verlängerung der ursprünglichen Kreditlaufzeit. Weitere Details wie Kredithöhe, Zinssatz oder Kreditsicherheiten werden bei Prolongationsverhandlungen grundsätzlich ebenfalls angesprochen und gegebenenfalls neu verhandelt.

Euribor (European Interbank Offered Rate)

Dieser unter Banken übliche Verrechnungszinssatz dient beim Eurokredit in der Regel als Orientierungsgröße für den Kundenzinssatz.

Wechsel

Der Wechsel ist eine Urkunde, die eine unbedingte Zahlungsanweisung beinhaltet und vor allem beim Akzeptkredit mit einer Bank als Zahlungspflichtiger gegenüber dem Wechselbegünstigten eine große Sicherheit gewährleistet.

Stellt die Bank den Eurokredit dagegen zusätzlich bereit, hängen gegebenenfalls erforderliche zusätzliche Kreditsicherheiten vor allem von einer erneuten Bonitätsprüfung ab. Unternehmern steht je nach Geldinstitut auch die Möglichkeit offen, einen Eurokredit in einer anderen Währung als dem Euro in Anspruch zu nehmen. Aber Vorsicht: Hiermit sind naturgemäß entsprechende Risiken schwankender Wechselkurse verbunden. Ob sich im Einzelfall ein Eurokredit in einer Fremdwährung zum Beispiel in Verbindung mit einer Währungsabsicherung möglicherweise dennoch lohnt, sollte der Kreditnehmer mit der Hausbank besprechen.

AKZEPTKREDIT

Je nach Bank scheint er ein wenig aus der Mode gekommen zu sein, dennoch kann auch der Akzeptkredit eine Finanzierungsalternative darstellen. Bei dieser Kreditform akzeptiert das Institut einen vom Kunden ausgestellten Wechsel und ist gegenüber einem Dritten, an den der Wechsel vom ursprünglichen Kreditnehmer weitergegeben werden kann, zur Einlösung dieser Urkunde verpflichtet. Zumeist übernimmt die Bank die wechselrechtliche Haftung nur unter der Bedingung, dass der Kreditnehmer sich verpflichtet, den Wechselbetrag rechtzeitig zum Fälligkeitstermin zur Verfügung zu stellen. Die Laufzeiten betragen üblicherweise ein bis drei Monate.

CHECKLISTE

WAS IST ZU BEACHTEN BEI KURZFRISTKREDITEN?

- Bei Beratungsbedarf sollten sich Unternehmer von den Banken, mit denen sie zusammenarbeiten, die dort angebotenen Kreditalternativen vorstellen lassen. Dazu sollten sie sich nicht ausschließlich auf die jeweilige Hausbank beschränken, da Nebenbankverbindungen durchaus interessante Kreditalternativen anbieten können, die bei der Hausbank nicht verfügbar sind.
- Die zur Verfügung stehenden Kreditsicherheiten sollten gezielt zur Verbesserung der Kreditkonditionen eingesetzt werden. Dazu sollte der Kreditnehmer die Bank um eine Offenlegung ihrer Bewertung dieser Sicherheiten und um eine entsprechende Einschätzung bitten.
- Gibt es bei dem Vergleich der Angebote Zweifel an der Kreditwürdigkeit des Unternehmers, sollten entsprechende Details gemeinsam mit dem Bankberater ausgearbeitet werden. Vielleicht bieten sich Optionen zur Verbesserung der Situation und damit zu weiteren kurzfristigen Finanzierungsalternativen.



Zinssätze von mittlerweile zehn, zwölf und mehr Prozenten sind keine Seltenheit

SELBSTTEST FÜR KREDITNEHMER

Der folgende Selbsttest kann Unternehmern dabei helfen, Alternativen zum Kontokorrent- oder Überziehungskredit auf dem Geschäftskonto zu finden.

1. Kennen Sie die Höhe der Kreditzinssätze auf den Geschäftskonten bei Ihren Banken?

- a. Nein, eigentlich nicht
- b. Na ja, so halbwegs
- c. Ja sicher, von jedem meiner Konten

2. Welcher wichtige Kostenfaktor, neben dem »normalen« Sollzinssatz, beeinflusst die Zinskosten meist erheblich?

- a. Es gibt keinen zusätzlichen Kostenfaktor
- b. Es gibt einen weiteren Kostenfaktor, dessen Bezeichnung ich aber nicht kenne
- c. Es handelt sich um die Überziehungszinsen. Sie werden dann berechnet, wenn ich über den Kreditbetrag hinaus Kontoverfügungen tätige

3. Wie werden solche Verfügungen im Bankenjargon auch genannt?

- a. Das weiß ich nicht
- b. Es handelt sich um »geduldete« Überziehungen
- c. Das sind »geduldete« Überziehungen als Ergänzung zu den »genehmigten« Überziehungen im Rahmen des eingeräumten Kreditbetrages

4. Wie können Sie die Höhe Ihres Kreditzinses verringern?

- a. Ich würde vor dem Hintergrund meiner langjährigen Geschäftsbeziehung verhandeln
- b. Meine Banken sollten mir erst einmal erklären, wie mein Zinssatz zustande kommt
- c. Ich argumentiere mit meiner Bonität und meiner Rating- oder Scoringnote

5. Haben Kreditsicherheiten Einfluss auf den Zinssatz?

- a. Ich denke schon
- b. Sicher, ich weiß aber nicht, in welchem Umfang
- c. Ja, je werthaltiger die Sicherheiten, umso niedriger sollte der Zinssatz sein

6. Ermitteln Sie gemeinsam mit Ihrer Bank regelmäßig den Wert Ihrer Kreditsicherheiten?

- a. Nein, bisher nicht
- b. Ja, zumindest sporadisch
- c. Ja, zwei Mal im Jahr, um mögliche Übersicherungen für Zinssatzsenkungen zu nutzen

7. Kennen Sie Alternativen zum Überziehungskredit?

- a. Nein, da muss ich passen
- b. Ja, ich versuche ab und zu, in ein preiswerteres Darlehen umzuschulden
- c. Ja, neben möglichen Darlehensumschuldungen gibt es zum Beispiel den Geldmarkt- oder Eurokredit

Auswertung

Für jede mit a) beantwortete Frage erhalten Sie einen Punkt, für jede mit b) beantwortete Frage drei Punkte und für jede mit c) beantwortete Frage fünf Punkte:

- 1 bis 15 Punkte: Sie haben offenbar begonnen, sich in das Thema einzuarbeiten. Bleiben Sie bitte am Ball und ergänzen Sie Ihr bisheriges Wissen;
- 16 bis 25 Punkte: Ein solides Basiswissen ist offenbar vorhanden und sollte nun noch nach und nach verbessert werden;
- 26 bis 35 Punkte: Sie besitzen ein ausgezeichnetes Wissen, das Sie bei Kreditzinsverhandlungen offensichtlich bereits gezielt einsetzen. Bei Ihnen geht es lediglich noch um punktuelle Verbesserungen in der Bankterminologie.

ARBEITSRECHT

URLAUB VERJÄHRT ERST NACH HINWEIS DES CHEFS



Foto: © iStock.com / Sven Hennes

»Der Chef muss die Mitarbeiter jedes Jahr erneut auf ihre offenen Urlaubstage hinweisen.«

Urlaubsansprüche verjähren nach drei Jahren. Die Frist beginnt aber erst zu laufen, wenn der Chef die Betroffenen darauf hinweist. Vergisst er das, bleibt der Urlaub erhalten, urteilte das Bundesarbeitsgericht.

Der Chef trägt demnach grundsätzlich die Verantwortung, dass seine Mitarbeiter ihren Urlaub nehmen. Und er muss ihnen verdeutlichen, dass ihre freien Tage weg sein können, wenn sie sie nicht rechtzeitig anmelden. Fachanwalt für Arbeitsrecht Christian Hrach zufolge muss der Chef jedes Jahr erneut die Mitarbeiter auf ihre noch offenen Urlaubstage im laufenden Kalenderjahr hinweisen. Grundsätzlich reiche aber eine Belehrung am Anfang eines Kalenderjahrs. Nur wenn besondere Umstände hinzukommen, muss der Arbeitgeber nochmals tätig werden – zum Beispiel, wenn wegen Krankheit einige Tage nicht genommen werden konnten. Außerdem entschied das Bundesarbeitsgericht: Wer aus dem Job ausscheidet und noch Resturlaubstage hat, kann sich diese auszahlen lassen. Aber nur drei Jahre lang, danach verjährt der Anspruch. Hinzu kommt: Sehen Tarifverträge engere Fristen zur Geltendmachung von Ansprüchen vor, sind diese ebenfalls gültig. (Bundesarbeitsgericht, Urteil vom 20. Dezember 2022, Az. 9 AZR 266/20; Urteile vom 31. Januar 2023, Az. 456/20 und 9 AZR 244/20). AKI

EQUAL PAY

GLEICHE BEZAHLUNG FÜR FRAUEN

Frauen und Männer müssen bei gleicher Qualifikation und Tätigkeit das gleiche Gehalt verdienen. Dass der Mann »besser verhandelt habe«, sei irrelevant, stellte das Bundesarbeitsgericht (BAG) in einem Grundsatzzurteil klar. Obwohl eine Frau die gleiche Arbeit wie ihr männlicher Kollege verrichtete, verdiente sie monatlich 1.000 Euro weniger. Das begründe die Vermutung, dass sie wegen ihres Geschlechts benachteiligt wurde. Der Chef musste Gehalt nachzahlen sowie eine Entschädigung (BAG, Urteil vom 16. Februar 2023, Az. 8 AZR 450/21). AKI

NISV

SCHULEN DÜRFEN NICHT SELBST PRÜFEN

Anbieter, die NiSV-Schulungen für Kosmetiker durchführen, sollen in Zukunft ihre Teilnehmer nicht mehr selbst prüfen können. Künftig werden die Zertifizierungsstellen die Prüfungen übernehmen.

Seit Jahresbeginn gilt die neue Strahlenschutzverordnung (NiSV). Laut dieser darf eine Vielzahl von Geräten nur noch mit einem Fachkundenachweis genutzt werden. Die NiSV enthält bisher aber keine Regelungen, um Schulungsanbieter zu überprüfen. Laut einem Entwurf des Bundesumweltministeriums sollen nun neue Regelungen dafür in die Verord-

nung aufgenommen werden. Vorgesehen sind sowohl Verfahren zur Überprüfung der Schulungsanbieter als auch eine Verlagerung der Prüfungen von den Schulungsanbietern zu den Zertifizierungsstellen. Beide Prüfungen sind Voraussetzung für den Erwerb eines Fachkundefertifikats. In diesem Verfahren übernimmt die Deutsche Akkreditierungsstelle GmbH (DAkkS) die Aufgabe der Akkreditierung von Konformitätsbewertungsstellen, die wiederum die Überprüfungen von Schulungsanbietern und die Zertifizierungsprüfungen vornehmen. AKI



Foto: © Krupp-Stiftung, Foto: Diana Berg

VILLA HÜGEL

HAUS DER TRANSFORMATION

Die Villa Hügel in Essen gilt als Ort der Transformation. »Die Villa Hügel hat als Spiegel der Geschichte zahlreiche politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Transformationen mit Wirtschaftskrisen, Weltkriegen und dunklen Zahlen erfahren«, so Ursula Gather, Kuratoriumsvorsitzende der Krupp-Stiftung. 269 Räume und 81.000 Quadratmeter Wohn- und Nutzfläche, umgeben von einem 28 Hektar großen Park. Die Villa gehörte wahrscheinlich mit zu den imposantesten Unternehmerwohnsitzen, die Deutschland im Zeitalter der Industrialisierung vorzuweisen hatte.

Der Bau war ein Traumprojekt von Alfred Krupp, dem er sich den letzten zwanzig Jahren seines Lebens widmete. Trotz der Ratschläge vieler Fachleute, ließ er es sich nicht nehmen, die Skizzen und Entwürfe für das Gesamtkonzept zu liefern. Den Bau der Villa Hügel konnte er 1873 abschließen.

Die folgende Generation Friedrich Alfred und Margarethe Krupp sollte das Innere des Hauses ab 1888 prächtiger und luxuriöser gestalten. Es entstehen für die Familie und Gäste Tennisplätze, Reitanlagen und ein

Gesellschaftshaus mit einer Kegelbahn. Mit der Machtübernahme Hitlers war es Gustav Krupp, der sich aufgrund des wirtschaftlichen Aufschwungs nach anfänglicher Skepsis mehr und mehr mit dem Regime arrangierte. Das Unternehmen verstärkte die Rüstungsproduktion. Wie zuvor in der Völklinger Hütte wurden auch in Essen Zwangsarbeiter in die Produktion eingebunden.

Nach dem Krieg musste sich der Krupp-Konzern aufgrund zahlreicher Zerstörungen und Demontagen neu aufstellen. Im Jahr 1953 konnte Alfred Krupp von Bohlen und Halbach die Leitung des Unternehmens gemeinsam mit Berthold Beitz wieder übernehmen. Heute ist die Villa Hügel ein Symbol der Industrialisierung und ein Ort der Begegnung aus aller Welt. Mehr als 13 Millionen Menschen haben das Industriedenkmal besucht. Im Jubiläumsjahr schrieb die Krupp-Stiftung ein bis zu 1,5 Millionen Euro dotiertes Förderprogramm aus. »150 Jahre Villa Hügel – 150 Projekte für das Ruhrgebiet« bietet ein abwechslungsreiches Programm mit zahlreichen künstlerischen Highlights. *Kie*

krupp-stiftung.de

KUNSTGEWERBE

VIER ELEMENTE IN BERLIN

Zum Auftakt der Europäischen Tage des Kunsthandwerks wird am 30. März 2023 die Ausstellung »Vier Elemente. Handwerk & Design aus Paris und Berlin« im Berliner Kunstgewerbemuseum eröffnet. Bis zum 30. April 2023 präsentiert sie die Ergebnisse der Wettbewerbe »Landespreis Gestaltendes Handwerk« von 2019 und 2022. Die Ausstellung wirft einen Blick auf zeitgenössisches Kunsthandwerk jenseits nationaler Grenzen. Prämierte und jurierte Berliner Objekte werden ergänzt durch Pariser Exponate, die von der dortigen Handwerkskammer kuratiert wurden. Die Europäischen Tage des Kunsthandwerks finden vom 31. März bis 2. April 2023 mit einem vielfältigen Programm statt. Über 200 Werkstätten, Ateliers und Ausstellungsorte laden Interessierte zum Zuschauen und Mitmachen ein. Kinder und Erwachsene können nicht nur den Profis bei der Arbeit über die Schulter schauen, sondern sich auch selbst kreativ ausprobieren. Weitere Informationen und Termine unter:

berlin.kunsthandwerkstage.de

KONFERENZ

OLDTIMER FAHREN IN DIE ZUKUNFT

Manchmal schnaufen, ächzen und knarren sie. Und sehen dabei auch noch umwerfend aus. Der Reiz, einen Oldtimer zu erhalten und zu fahren, bleibt auch mit Blick auf Klimawandel und Energieersparnis erhalten. »Wir fahren Oldtimer in die Zukunft«, heißt es in einem Kongress am 13. April im Rahmen der Techno Classica in den Essener Messehallen. Der Deutsche Kraftfahrzeugverband richtet sich an erster Stelle an Fachbetriebe im Kfz- sowie Karosserie- und Fahrzeugbau. Vorgestellt wird in diesem Jahr erstmals nach der Pandemie eine neue Oldtimerstudie. Neben Themen wie Wissensmanagement für Oldtimerbetriebe und Weiterbildung für Restauratoren im Handwerk gehen Experten der Frage nach: »Wie sieht der alternative Kraftstoff für den Oldtimer aus? Die Techno Classica findet vom 12. bis 16. April auf dem Essener Messegelände statt.

kfgewerbe-oldtimer.de
siha.de

DENKMALE TREFFPUNKT ALLER KULTUREN DER WELT

Julius Buch gründete im Frühjahr 1873 die »Völklinger Eisenhütte«. Als der Hütteningenieur im Oktober 1872 in Köln beschloss, eine Eisenhütte zu bauen, konnte er nicht ahnen, dass er damit die Grundlage für eine mehr als 100-jährige Geschichte der Eisen- und Stahlerzeugung an der Saar legen würde. Der heutige Generaldirektor Ralf Beil: »Wir feiern das Jubiläum im vollen Bewusstsein der Ambivalenz unseres einstigen Eisenwerks.« Damit verweist er nicht nur auf die vielen Innovationen und wirtschaftlichen Entwicklungsschübe, die von der Eisenhütte ausgingen, sondern verweist gleichzeitig auf die einstige Rüstungsproduktion, Zwangsarbeit und Umweltverschmutzung.

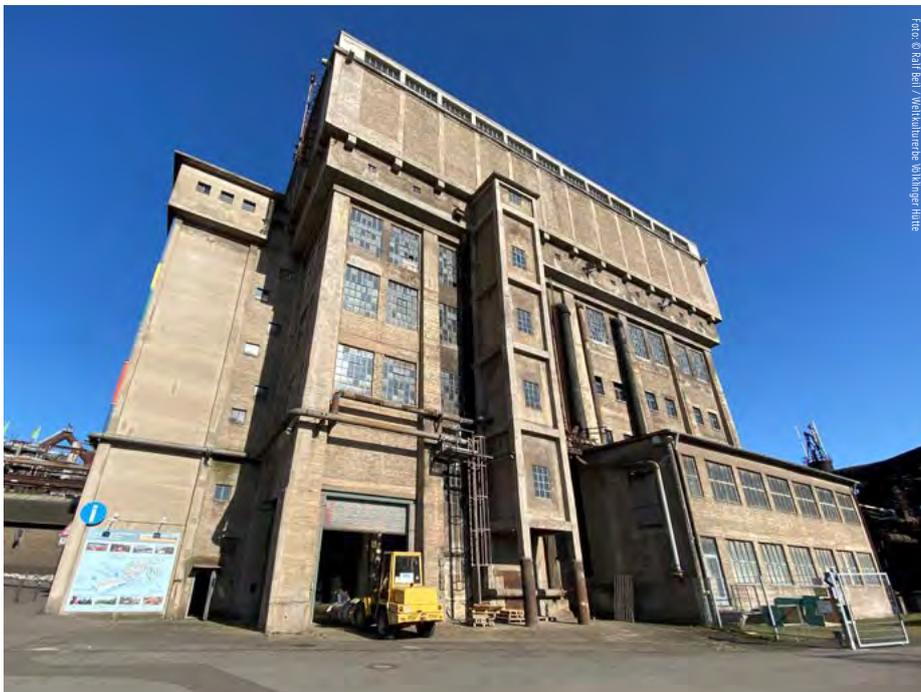


Foto: © Ralf Beil / Weltkulturerbe Völklinger Hütte

Bereits zum Ende des Jahres 1873 produzierte das Werk mit zwölf Paddelöfen Luppeneisen und Eisenträger. Doch schon im Dezember 1878 folgte der Liquidationsbeschluss. Der Betrieb wurde eingestellt, alle Arbeiter entlassen. Es war der Kaufmann Carl Röchling, der durch den Kauf der Eisenhütte ab 1882 dazu beitrug, dass die Menschen in Völklingen ihre Arbeit wieder aufnehmen konnten. Mit Beginn des 1. Weltkrieges lieferte die Industrie der Saar wichtige Grundstoffe für die Rüstungsproduktion wie Eisen, Stahl, Kohle und Koks. Die »Röschling'schen Werke« lieferten dabei eine besondere Neuentwicklung: den Stahlhelm. Der in den Induktionsöfen produzierte Stahl wurde zu 90 Prozent für die Produktion der Stahlhelme aufgewendet.

Der 1. Weltkrieg war auch der Beginn einer dunklen Ära des Stahlwerks. In den Jahren 1915 bis 1918 haben bis zu 1.400 Menschen vorwiegend aus Russland und Belgien Zwangsarbeit geleistet. Viele von ihnen starben. Ein Verbot der Zwangsarbeit ignorierte das NS-Regime im Zweiten Weltkrieg. Erneut wurden Menschen zur Arbeit gezwungen. Dieses Mal waren es sogar fast 12.000 Menschen. Das Ende des Weltkrieges bescherte der Völklinger Hütte einen Bauboom. Der Untergang des heutigen Industriedenkmal setzte Mitte der 70er Jahre ein. Nach einer umfassenden Aufarbeitung der Vergangenheit und die Instandsetzung der Völklingerhütte hin zu einem Denkmal folgte im Dezember 1992 die Ernennung zum Weltkulturerbe. 150 Jahre später finden Besucher heute einen Begegnungsort für Menschen aller Nationen.

voelklinger-huette.org



MISS UND MISTER HANDWERK 2023 GEWÄHLT

Die Entscheidung ist im Rahmen der Internationalen Handwerksmesse (IHM) in München gefallen. Erfahren Sie online, wer die Titel für sich gewinnen konnte:

missmisterhandwerk.de/wahl2023

WALT DISNEY 100-JÄHRIGES JUBILÄUM

Alles begann mit einer Maus. Walt und Ron Disney hatten gerade einmal 500 Dollar in der Tasche, als sie am 16. Oktober in Los Angeles das »Disney Brothers Cartoon Studio« eröffneten. Seit nunmehr 100 Jahren entführen uns Micky Maus, Peter Pan, Dumbo und die Eiskönigin in eine Welt voller Wunder und emotionaler Momente. Diese außergewöhnliche Erfolgsgeschichte soll im Jubiläumsjahr nun ganz groß gefeiert werden. Gestartet wird am 18. April in der Kleinen Olympiahalle im Münchener Olympiapark. »Disney 100: Die Ausstellung« entführt in eine Welt voller Geheimnisse und Überraschungen. Fans jeden Alters sind eingeladen, die wertvollsten Objekte aus der Geschichte Walt Disneys kennenzulernen. Versetzt in Aladdins Schatzhöhle entdecken - Besucher in zehn Galerien Gegenstände, die seit über fünfzig Jahren von den Walt Disney Archives bewahrt und behütet werden. Zu sehen sind Filmrequisiten und Kostüme oder Originaldrehbücher. Fans von Mary Poppins oder Luke Skywalker können auf einer eigens gestalteten Main Street der USA den Zauber der Disney-Schmiede anhand besonderer Artefakte erkunden. Seit ihrer Gründung 1923 steht The Walt Disney Company für Fantasie, Zauber, große Emotionen, Träume und Abenteuer, die die Helden und Heldinnen in faszinierenden Welten erleben – begleitet von großartigen oftmals Oscar®-prämierten Melodien und Liedern. »Disney100: The Concert geht im Jubiläumsjahr auf eine Reise durch die beste Musik und unvergessliche Augenblicke. 100 Jahre Emotionen und 100 Jahre Disney Zauber.

semmel.de

FINANZWISSEN

WO DAS HANDELSGESETZBUCH VORSICHT FORDERT

Das Vorsichtsprinzip, zu dem Firmen nach HGB verpflichtet sind, ist weniger selbsterklärend, als man vielleicht meinen könnte: Was genau verbirgt sich hinter dem Begriff?

Umgangssprachlich aufgefasst könnte man dieses Prinzip zunächst einmal für einen sehr allgemeinen Aufruf zum behutsamen Wirtschaften interpretieren. Doch beim Vorsichtsprinzip nach HGB §252 handelt es sich nicht um eine strategische Handlungsanweisung, etwa besonders zurückhaltend bei Investitionen zu sein oder womöglich das Eigenkapital zu erhöhen. Solche Entscheidungen können zwar auch aus unternehmerischer Vorsicht getroffen werden, haben aber nichts mit dem Vorsichtsprinzip zu tun.

Das Vorsichtsprinzip bezieht sich auf die Bewertung von Werten und Verbindlichkeiten. Wichtiges Ziel dabei ist der Gläubigerschutz. Das heißt, eine Firma soll nicht »reicher« erscheinen, als sie ist, um nicht zu hohe Gewinnanteile auszuschütten oder womöglich Kredite zu erhalten, die später nicht bedient werden können. Damit gehört es zu den Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung und Bilanzierung und dient letztlich dem Schutz der Geschäftspartner, Kunden und Lieferanten der Firma.

DER UMGANG MIT GEWINNEN UND VERLUSTEN

Betrachtet man den bereits erwähnten §252 im HGB näher, heißt es dort in Absatz 4: »Es ist vorsichtig zu bewerten, namentlich sind alle vorhersehbaren Risiken und Verluste, die bis zum Abschlussstichtag entstanden sind, zu berücksichtigen, selbst wenn diese erst zwischen dem Abschlussstichtag und dem Tag der Aufstellung des Jahresabschlusses bekanntgeworden sind; Gewinne sind nur zu berücksichtigen, wenn sie am Abschlussstichtag realisiert sind.«

Hier erscheint bereits klar einer der vier Grundsätze, die beim Vorsichtsprinzip anzuwenden sind: Denn nach dem Prinzip der Imparität (Ungleichheit) sind Verluste bereits in der Bilanz auszuweisen, sobald diese auch nur als möglich erscheinen, während Gewinne anders behandelt werden: Sie kommen erst dann in der Bilanz zum Tragen, nachdem sie tatsächlich realisiert wurden.

Was darunter genau zu verstehen ist, verdeutlicht das Prinzip der Realisation. Wenn beispielsweise ein



Das Vorsichtsprinzip sieht vor, dass Unternehmen im Sinne des Gläubigerschutzes zurückhaltend bewertet werden. Gewinne sind nur zu berücksichtigen, wenn sie bis zum Stichtag realisiert sind.

Handwerksbetrieb einen Auftrag ausgeführt und der Kunde die Leistung akzeptiert hat, kann diese in Rechnung gestellt werden. Die Einnahme gilt damit als realisiert – auch wenn das Geld noch nicht auf dem Geschäftskonto eingegangen ist. Hat die Firma dagegen vom Kunden lediglich den Auftrag erteilt bekommen, gilt der nach Abschluss der Arbeit in Aussicht stehende Rechnungsbetrag noch nicht als realisiert. Denn in dieser Phase gibt es noch zu viele Unwägbarkeiten, ob der Auftrag tatsächlich wie geplant abgewickelt werden kann.

NIEDERST- UND HÖCHSTWERTPRINZIP

Für die vorsichtige Bewertung des Betriebsvermögens gilt ein weiterer Grundsatz – das Niederstwertprinzip. Ändern sich beispielsweise für eine Firmenimmobilie oder gelagertes Material die Marktpreise, wird der Marktpreis nur dann in die Bilanz übernommen, wenn er gegenüber dem Anschaffungspreis gesunken ist. Marktpreissteigerungen werden umgekehrt nicht in der Bilanz abgebildet – in diesem Fall wird der Wert mit dem Anschaffungspreis berücksichtigt. Es gilt also jeweils der niedrigere Wert.

Analog hierzu besteht für Verbindlichkeiten das Höchstwertprinzip. Das heißt, dass bei Schwankungen stets der höhere Wert für die Schulden anzu-

setzen ist. Im Handwerk kann das vorkommen, wenn beispielsweise bestimmte Rohstoffe, technische Produkte oder Werkzeuge außerhalb des Euro-Raums eingekauft werden müssen und hierbei mit Währungsschwankungen zu rechnen ist.

Diese Herangehensweise soll dazu beitragen, Risiken und drohende Verluste früh transparent zu machen und vermeiden, sich in trügerischer Sicherheit zu wiegen. Umgangssprachlich könnte man auch sagen, es handelt sich um eine zurückhaltende, »konservative« Betrachtung der Geschäftsvorgänge.

Daraus folgt freilich nicht, dass alle unternehmerischen Risiken unbedingt zu vermeiden oder zu minimieren wären. Doch wendet man das Vorsichtsprinzip in Buchhaltung und Bilanzierung konsequent an, kann dies für künftige unternehmerische Entscheidungen durchaus zu einer »vorsichtigeren« Herangehensweise führen, weil die Bilanz eben nicht »zu rosig« erscheint, sondern die womöglich drohenden Probleme besser erkennbar macht.

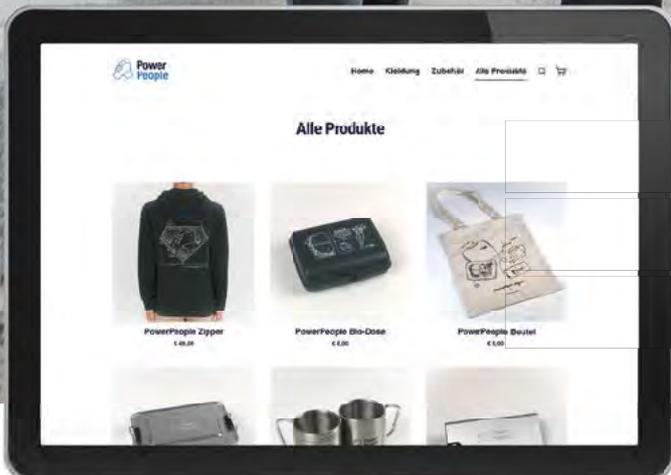
Diesen und alle bereits erschienenen Artikel aus der Reihe Finanzwissen finden Sie gesammelt unter: www.Chefsein.de



POWER-SHOPPEN FÜR POWER PEOPLE



**JETZT
ENTDECKEN**
powerpeople.digital



**COOLE T-SHIRTS, LÄSSIGE HOODIES,
NÜTZLICHE DINGE FÜR DEN ARBEITSALLTAG
UND VIELES MEHR...**

Kompetenzen beim Holzbau stärken und ausbauen

DAS »KLIMABÜNDNIS BAUEN« WILL EINEN BEITRAG DAZU LEISTEN, DASS BAUEN KLIMAFREUNDLICHER WIRD. LUKAS MOCK VOM KLIMASCHUTZMINISTERIUM BERICHTET, WIE HANDWERKER PROFITIEREN.

»Wichtig ist auch, das Wissen über den Holzbau in die Bevölkerung zu bringen, um Vorurteile abzubauen.«

Lukas Mock, Referent für Erneuerbare Energien, Cluster Forst und Holz im Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz.



Foto: © privat



Das Interview führte: **Wolfgang Weitzdörfer**...

Lukas Mock ist Referent für Erneuerbare Energien, Cluster Forst und Holz im Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz. Wir haben mit ihm über das neue »Klimabündnis Bauen« gesprochen und wie Handwerksbetriebe davon profitieren.

DHB: Herr Mock, was genau steckt hinter dem »Klimabündnis Bauen«?

Mock: Der Hintergrund ist die Klimakrise, in der wir aktuell schon stecken – und von der Rheinland-Pfalz wegen seiner Lage im Südwesten Deutschlands besonders betroffen ist. Die Auswirkungen von knapper werdenden Trinkwasservorräten bis hin zu steigender Waldbrandgefahr kann jeder von uns sehen. Das Klimabündnis will einen Beitrag dazu leisten, dass das Bauen klimafreundlicher wird und somit eine große Menge CO₂ eingespart werden kann. Das Ziel des Landes ist, in einem Korridor zwischen 2035 und 2040 klimaneutral zu werden – und das muss alle Bereiche mit einbeziehen.

Das Holzbauunternehmen **Wissing** möchte sich klimaneutral aufstellen und baut gerade eine neue Produktionshalle. Das Vorhaben wird über ein Förderprogramm des Landes mit 200.000 Euro unterstützt. Anfang März war Beginn der Holzbau-Montage des ersten Bauabschnitts (Foto).



Dazu zählt auch der gewerbliche wie der private Baubereich. Weltweit ist dieser Bereich für circa 40 Prozent der CO₂-Emissionen indirekt oder direkt verantwortlich. Wie der Klimaforscher Hans Joachim Schellenhuber kann man den Gebäudesektor als den Elefanten im Klimaraum bezeichnen. Im Baubereich muss deshalb eine Wende weg von energieintensiven Rohstoffen wie Stahl und Beton hin zu nachwachsenden Rohstoffen wie Holz erfolgen, damit wir die Klimaziele erreichen. Der verstärkte Einsatz von Holz im Bausektor ist bei nachhaltiger Forstwirtschaft für das Klima also absolut förderlich.

DHB: Seit wann gibt es das Klimabündnis?

Mock: Es wurde am 24. Mai 2022 vom Ministerrat beschlossen, ist also noch relativ neu. Angelegt ist es auf einen Zeitraum von fünf Jahren. Die beiden Bündnispartner sind das Ministerium der Finanzen und das Klimaschutzministerium Rheinland-Pfalz.

DHB: Wie wird dadurch der Klimaschutz gefördert?

Mock: Mit dem Bündnispapier wurde ein umfangreicher Maßnahmenkatalog erarbeitet, diesen wollen wir unter anderem realisieren, um die Klimaschutzpotenziale im Baubereich zu heben. Unser Hauptziel ist es, die nachwachsenden und kreislauffeffizienten Rohstoffe in Rheinland-Pfalz zu stärken. Durch den Einsatz von nachwachsenden Rohstoffen werden energieintensive Baustoffe wie zum Beispiel Zement ersetzt und somit CO₂ eingespart. Darüber hinaus wird beispielsweise in Gebäuden aus Holz langfristig das während des Wachstums aufgenommene CO₂ gespeichert. Die Verwendung von nachwachsenden Rohstoffen hat somit einen doppelten Klimaschutzeffekt.

Die Maßnahmen teilen sich entsprechend der beiden Bündnispartner auf: einmal der Baubereich, für den das Bau- und Finanzministerium zuständig ist, und dann der Bereich des Wissenstransfers. Für den ist das Umwelt- und Klimaschutzministerium zuständig. Es gibt einen bunten Strauß an Maßnahmen – etwa Fortbildung und Unterstützung von Betrieben im Thema Holzbau. Denn manches Wissen über den Holzbau ist in Vergessenheit geraten. Die TU Kaiserslautern und die TU Trier, die wir beide auch finanziell unterstützen, forschen zusätzlich an neuen Entwicklungen – etwa die bauliche Verwendung von Laubholz –, um den Holzbau noch nachhaltiger und ressourcenschonender gestalten zu können. Es gibt auch ein Förderprogramm für innovative Holzbauten. Wichtig ist auch, das Wissen in die Bevölkerung zu bringen, um Vorurteile gegenüber dem Holzbau abzubauen.

DHB: Wie genau können Handwerksunternehmen von dem Klimabündnis profitieren?

Mock: Wir unterstützen zum Beispiel den »Informationsverein Holz«, der 2023 eine Online-Veranstaltungsreihe für den Bereich Holzbau anbietet. Auf der anderen Seite haben wir auch eigene Veranstaltungen, etwa »Zukunft Holzbau«, die sich dem Bereich Wissenstransfer widmen. Das Handwerk profitiert auch von unserem Förderprogramm. Ein Beispiel, die Zimmerei Wissing aus Kapellen-Drusweiler, ein kleinerer Mittelständler, möchte den Betrieb klimaneutral umstellen. Der Neubau der Produktionshalle wurde von uns mit fast 200.000 Euro finanziell unterstützt. Rheinland-Pfalz ist deutschlandweit recht weit vorne in Sachen Holzbau, diese Kompetenzen müssen wir weiter stärken und ausbauen.

DHB: Wo können Betriebe sich über die Angebote des Klimabündnisses informieren?

Mock: Auf unserer Internetseite klimabuendnis-bauen.rlp.de sind alle Informationen gebündelt aufgeführt – vom Förderprogramm über Termine bis hin zu Leuchtturmprojekten.

DHB: Gibt es Best-Practice-Beispiele aus Rheinland-Pfalz?

Mock: Kürzlich wurde auf dem Idarkopf im Hunsrück ein neuer Aussichtsturm eingeweiht, der als Holz Aussichtsturm so konstruiert wurde, dass er sehr langlebig ist. Damit zeigen wir, dass Holz bei fachgerechter Ausführung auch in witterungsintensiven Gegenden eingesetzt und verwendet werden kann, ohne dass es in kürzester Zeit wieder ausgetauscht werden muss. Weitere Beispiele sind auch auf der Internetseite zu finden.

RAHMENBEDINGUNGEN FÜR KLIMASCHUTZ

Das Klimabündnis Bauen ist der jüngste Teil der Bemühungen der Landesregierung Rheinland-Pfalz für den Klimaschutz. Am 19. August 2014 wurde das Landesklimaschutzgesetz verabschiedet; am 11. Juni 2019 hat die Landesregierung die »Walderklärung« zum Klimaschutz für den Wald abgegeben; am 18. Mai 2021 wurde der Zukunftsvertrag Rheinland-Pfalz mit Laufzeit von 2021 bis 2026 verabschiedet; am 24. Mai 2022 trat dann das Klimabündnis Bauen in Rheinland-Pfalz in Kraft, ebenfalls mit Laufzeit bis 2026.

[Klimabuendnis-bauen.rlp.de](https://klimabuendnis-bauen.rlp.de)



Foto: © Zimmergesellschaft E. Siggewerk Wissing GmbH

Förderjahr im Zeichen von Flut und Corona

DIE LANDESFÖRDERBANK ISB HAT BEREITS 840 MILLIONEN EURO FÜR DEN WIEDERAUFBAU NACH DER FLUT BEWILLIGT. INSGESAMT LAG DAS FÖRDERVOLUMEN DER ISB 2022 BEI 2,9 MILLIARDEN EURO.

! Für Unternehmen, die von der Flutkatastrophe betroffen sind, gibt es regelmäßig kostenfreie Beratungsangebote der Handwerkskammer Koblenz (HWK), der IHK Koblenz, des Wirtschaftsministeriums RLP sowie der ISB. Der nächste Beratungstag ist am 19. April in der Ahr-Akademie der HWK in Bad Neuenahr-Ahrweiler. Info und Anmeldung: beratung@hwk-koblenz.de

Hilfsprogramme prägten das Geschäftsjahr 2022 der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB): Die Förderbank des Landes Rheinland-Pfalz hat seit Beginn der Antragstellung auf die »Aufbauhilfe RLP« bereits 14.162 Anträge in Höhe von knapp 840 Millionen Euro bewilligt, davon 8.462 Anträge mit einem Gesamtvolumen von 726 Millionen Euro im Jahr 2022. Im zweiten Krisenbereich – den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Wirtschaft – ging die Zahl der Neuanträge auf Corona-Hilfen im vergangenen Jahr stark zurück – die Programme sind Mitte 2022 ausgelaufen. Trotzdem wurden auch hier noch 524 Millionen Euro ausgezahlt. Insgesamt hat die ISB 2022 im Rahmen der Aufbauhilfe und der Corona-Programme Privatleute und Unternehmen mit 1,2 Milliarden Euro unterstützt.

Diese beiden Bereiche werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Landesförderbank – zusätzlich zu den regulären Förderprogrammen – weiter beschäftigen, sagte der Verwaltungsratsvorsitzende der ISB, Finanzstaatssekretär Dr. Stephan Weinberg, bei der Jahresauftakt-Pressekonferenz in Mainz. Das Geschäftsjahr 2023 sei geprägt von der Endabwicklung und Schlussabrechnung der Corona-Hilfen sowie der Bearbeitung der Aufbauhilfen. Anträge hierzu können noch bis Mitte 2026 gestellt werden. Zudem würden weitere passgenaue Hilfen und Beratungsangebote für den Mittelstand aufgelegt.

»Die ISB hat im vergangenen Jahr erneut bewiesen, dass sie eine starke Partnerin des Landes ist«, betonte Weinberg. Dies würde die auf 9,9 Milliarden Euro gestiegene Bilanzsumme der Förderbank belegen. Rückgänge im Bereich der Zuschüsse würden nur die ausgelaufenen Corona-Zuschüsse betreffen. »Die normale Wirtschaftsförderung konnte volumenmäßig um 16 Prozent auf 328,5 Millionen Euro gesteigert werden. Damit sind in Rheinland-Pfalz 11.200 bestehende Arbeitsplätze gesichert und 1.100 neue geschaffen worden.« Im zweiten wichtigen Förderbereich, der

Wohnraumförderung, habe man Mitte 2022 unter anderem ein Sonderprogramm aufgelegt, mit dem der klimagerechte soziale Wohnungsbau stärker gefördert wird. Bislang hat die ISB 247 Wohneinheiten mit einem Volumen in Höhe von 67,3 Millionen Euro gefördert.

Mit einem Jahresüberschuss in Höhe von rund 1,7 Millionen Euro wurde das Vorjahresergebnis etwas übertroffen. »Das ist aus unserer Sicht ein sehr erfreuliches Ergebnis«, berichtete Ulrich Dexheimer, Sprecher des Vorstandes der ISB. Das bewilligte Fördervolumen lag mit rund 2,9 Milliarden Euro nur knapp unter dem absoluten Rekordjahr 2021 mit 3,0 Milliarden Euro. Das Volumen der Mittelstandsfinanzierungen stieg im Vergleich zum Vorjahr deutlich an: 2022 wurden 652 Investitions- und Betriebsmitteldarlehen in Höhe von rund 253 Millionen Euro gewährt (2021: 630 Zusagen mit 174 Millionen Euro). Diese Entwicklung führt die ISB hauptsächlich auf höhere Kreditbeträge im neu strukturierten und vereinfachten ISB-Mittelstandskredit und auf eine gestiegene Nachfrage nach sogenannten Effizienzkrediten zurück.

Die ISB ist nach eigenen Angaben auch größte Eigenkapitalgeberin im Land. 2022 gingen 71 neue Beteiligungen an jungen innovativen Unternehmen mit einem Gesamtkapital von 9,1 Millionen Euro ein. 2021 waren es 64 Beteiligungen. »Das ist für uns ein wichtiges Geschäftsfeld«, so Dexheimer, »weil wir hier innovative Unternehmen fördern, die Digitalisierung vorantreiben und hochwertige Arbeitsplätze zur Verfügung stellen.«

Dexheimer betonte im Zusammenhang mit der Aufbauhilfe, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der ISB nicht nur Anträge prüfen und bearbeiten. Sie seien gemeinsam mit den Partnern permanent im Einsatz, um Betroffene bei der Antragstellung zu unterstützen – weiterhin auch vor Ort in den von der ISB betriebenen Infopoints im Ahrtal. www.isb.rlp.de

AUSTAUSCH

BERUFSORIENTIERUNG AN DEN SCHULEN STÄRKEN



Foto: © Andreas Illinger

Der Fachkräftemangel auf der einen Seite und die Akademisierung bei den Jugendlichen auf der anderen beschäftigen das Handwerk mehr denn je. Bei einem Austausch des Unternehmerverbandes Handwerk RLP mit dem rheinland-pfälzischen Bildungsministerium ging es unter anderem darum, wie durch Maßnahmen im Bereich der Berufsorientierung dazu beigetragen werden kann, dass sich mehr junge Menschen für eine Ausbildung im Handwerk entscheiden. »Aus meiner Lebenserfahrung und meinem beruflichen Werdegang kann ich berichten: Auf Basis eines Ausbildungsberufs lässt sich ein erfolgreiches Berufsleben gründen«, betonte der UVH-Vorsitzende Johannes Lauer. Bildungsministerin Stefanie Hubig sowie Staatssekretärin Bettina Brück berichteten, dass ihr Ministerium weiterhin daran arbeite, die Berufsorientierung an den Schulen zu stärken. »Es geht vor allem darum, den Berufswahlkoordinatoren genügend Freiräume für Berufsinformationsmaßnahmen zu schaffen.« Eine weitere Möglichkeit bestehe darin, den Tag der Berufs- und Studienorientierung an den Schulen auf eine Woche auszuweiten.

»Auf Basis eines Ausbildungsberufs lässt sich ein erfolgreiches Berufsleben gründen.«

Johannes Lauer, Vorsitzender UVH-Unternehmerverband Handwerk Rheinland-Pfalz

Mitglieder des Unternehmerverbandes Handwerk Rheinland-Pfalz (UVH) trafen sich mit Bildungsministerin Stefanie Hubig (3. v. l.) und Staatssekretärin Bettina Brück (6. v. l.) in der Dornhöfer GmbH, dem Betrieb des stellvertretenden UVH-Vorsitzenden Reimund Niederhöfer, zum Austausch über Bildungsfragen.

ENERGIEPREISE

HÄRTEFALLHILFEN ENERGIE AB MITTE MÄRZ BEANTRAGEN



Foto: © iStock.com / filmfoto

Mit der Härtefallhilfe Energie unterstützt das Land kleine und mittlere Unternehmen, die von den steigenden Energiekosten besonders betroffen waren und sind.

Die Härtefallhilfe Energie können Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern beantragen, deren Energiekosten 2022 um mindestens das Dreifache gestiegen sind. Vorausgesetzt wird allerdings eine Mindestschadensgrenze von 5.000 Euro. »Das stellt sicher, dass die knappen Mittel für die Härtefallhilfen KMU bei den Unternehmen ankommen, die tatsächlich eine Hilfe benötigen«, sagte Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt. Gefördert werden in Rheinland-Pfalz nicht nur Nutzer von Gas, sondern auch Heizöl und Pellets. Die Anträge können voraussichtlich ab Mitte März bei der Landesförderbank ISB gestellt werden. **KF**

Anzeige

Mit unseren BGM-Angeboten Herausforderungen bewältigen und Krisen meistern.

Ich bin **aktiv**
FÜR MEINE GESUNDHEIT

IKK Südwest | **JOBaktiv**
Mehr Infos unter www.ikk-jobaktiv.de

Celina Kretschmer schnupperte in die Arbeit einer Social Media Managerin hinein.



#praktikumbeijulia

PRAKTIKANTIN IN DER HANDWERKSKAMMER RHEINHESSEN: CELINA KRETSCHMER BETREUTE MIT SOCIAL MEDIA MANAGERIN JULIA MEHR DIE KANÄLE #MACHDEINHANDWERK



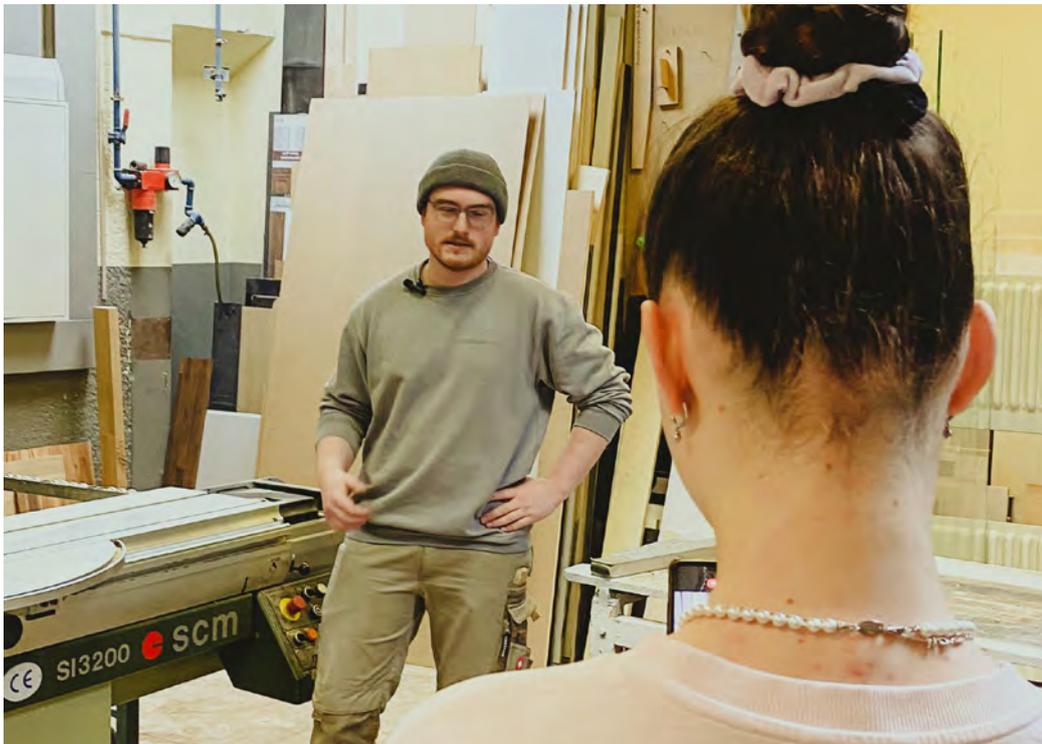
Celina stellt schnell fest, dass der Arbeitsalltag einer Social Media Managerin viel Arbeit mit sich bringt.

Besuch im Staatstheater Mainz. Zu Gast in der Maske bei Azubi Laura Köhler: Celina filmt die Verwandlung von FSJlerin Lisa zum Einhorn.



Fotos: © Julia Mehr





Celina bei der Arbeit: Diesmal ist sie mit Julia Mehr in der Schreinerei Nau und filmt Schreiner Maximilian.



Text: *Julia Mehr und Celina Kretschmer*

Zwei Wochen unterwegs mit der Social Media Beraterin der Handwerkskammer Rheinhessen, Julia Mehr. Celina Kretschmer (14) stellte im Schulpraktikum schnell fest: Es steckt ganz schön viel Arbeit hinter einem kurzen Video. Aber nicht nur das. Das DHB wollte von Celina wissen, was sie im Praktikum erlebt hat.

DHB: Wie ist es Social Media auch außerhalb der Freizeit zu nutzen und mal von einer anderen Perspektive zu sehen?

Celina: Es ist auf jeden Fall interessant Social Media mal anders zu sehen. Täglich sitzen wir vor den verschiedenen Apps und sehen uns Videos zur Unterhaltung oder anderen Zwecken an. 30 Sekunden gehen die Videos meistens und eigentlich steckt so viel Arbeit dahinter. Man erwartet es eigentlich nicht aber das Fahren zu den Orten, das Filmen, das Schneiden et cetera ist ziemlich aufwendig. Normalerweise ist TikTok schauen für uns am Abend Entspannung, jedoch wird es ziemlich anstrengend, wenn man den ganzen Tag damit zu tun hat. Man sieht das ganze aus einem neuen Blickwinkel.

DHB: Wo und wie hast du das Praktikum gefunden und warum hast du gerade das ausgewählt?

Celina: Ich habe ein Schülerpraktikum für zwei Wochen gesucht und bin durch Zufall auf dieses Praktikum gestoßen. Man findet es in Online-Anzeigen und es gibt auch eine Verlinkung in den Social Media Profilen #machdeinhandwerk. Vor allem das Kreative und

das Filmen sowie das Arbeiten mit Technik fand ich besonders schön. Deshalb habe ich mich für Praktikum im Bereich Social Media entschieden.

DHB: Was hast du in den zwei Wochen Praktikum gemacht und erlebt?

Celina: Wir waren in der Schreinerei Möbel vom Gutshof für eine Social Media Beratung und haben ein Interview mit einem Schreiner gedreht. In der Schreinerei Nau drehten wir auch. Im Berufsbildungszentrum haben wir mit einer Malerin in Ausbildung das Storyboard für ihre Take-Over Woche besprochen. Im Staatstheater Mainz erstellten wir mit den Maskenbildnerinnen Content.

DHB: Welcher Dreh hat am meisten Spaß gemacht?

Celina: Mir hat der Dreh bei Möbel vom Gutshof am meisten Spaß gemacht. Das war der erste Dreh und ich wollte schon immer mal ein Interview führen. Außerdem hatten wir vorher noch ein Beratungsgespräch, in dem auch ich mein Wissen zu Social Media weitergeben konnte. Das fand ich auch super interessant.

DHB: Würdest du sagen das Praktikum war erfolgreich?

Celina: Ich würde auf jeden Fall sagen, dass das Praktikum erfolgreich war. Es hat super viel Spaß gemacht und die Aktivitäten waren sehr vielseitig. Das ist mein erstes Praktikum aus dem ich einige wertvolle Erfahrungen mitnehme. Ich kann es nur weiterempfehlen.

PILOTKAMMER

ELEKTRONISCHE GESUNDHEITSKARTE

Bereits seit einigen Jahren plant die Politik die Einführung einer elektronischen Betriebsidentifikation, mit der neben Krankenkassenabrechnungen, Kostenvoranschlägen und der Kommunikation zwischen Arzt, Gesundheitshandwerker und Krankenkasse zukünftig auch Informationen wie Befunde, Diagnosen, durchgeführten und geplante Therapiemaßnahmen digital zugänglich gemacht werden sollen.

Auch die Gesundheitshandwerke wie Hörakustiker, Orthopädiemechaniker, Orthopädieschuhmacher, Augenoptiker und teilweise auch Friseure (Zweithaar) benötigen Patientendaten für ihre Dienstleistungen und sollen mit Einverständnis des Patienten Zugriff auf die für sie jeweils individuell relevanten Daten erhalten.

Dafür erhalten Sie dann eine eigene Schlüsselkarte für den Betrieb und den Betriebsleiter, die gemeinsam mit der Patientenkarte den Zugang zu jeweiligen Daten ermöglicht. Um sicherzustellen, dass nur berechnigte Personen mit einer solchen von der Handwerkskammer ausgegebenen Karte ausgestattet werden und der Prozess elektronisch einwandfrei funktioniert, startet die Handwerkskammer Rheinhessen als eine von drei Pilotkammern im Bundesgebiet mit der Umsetzung.

Dominik Ostendorf, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer und Projektleiter des Projekts schätzt, dass die ersten Karten an rheinhessische Gesundheitshandwerker spätestens 2025 ausgegeben werden können. Bis Ende 2026 sollen dann nach der aktuellen Planung auch die Patienteninformationen verfügbar sein.

KOSTENFREIE STEUERSPRECHTAGE

Junge Unternehmer, Unternehmensgründer- und nachfolger werden bei der Aufnahme ihrer Geschäftstätigkeit mit einer Reihe von Steuerfragen konfrontiert. Sie benötigen Informationen, wie Sie künftig mit der Umsatzsteuer, Gewerbesteuer, Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer oder Lohnsteuer umzugehen haben und was im Einzelnen dabei zu beachten ist.

Um den Einstieg in das komplexe Thema zu erleichtern, bietet die Handwerkskammer Rheinhessen in Zusammenarbeit mit der Steuerberaterkammer Rheinland-Pfalz kostenfreie Steuerberatersprechstage an. Beim Steuerberatersprechtag ist ein halbstündiges Gespräch zur Klärung der Fragen mit dem Steuerberater möglich. Die Einstiegsberatung dauert 30 Minuten und ist kostenfrei. Sie wird online oder in der Handwerkskammer angeboten. Die nächsten Termine sind am 27. März und am 24. April. Anmeldung über hwk.de oder über:



Ansprechpartner

Rafaél Rivera Azañedo
Unternehmensberatung
T 06131 9992-274
r.rivera@hwk.de



Foto: © Holger Schmidt

ERZÄHLEN SIE MAL ...

WIE GEHT'S?

Das Handwerksblatt fragt nach: Wie geht es den Inhaberinnen und Inhabern der Mitgliedsbetriebe in Mainz und Rheinhessen? Heute erzählt uns Holger Schmidt, Inhaber von Malermeister Schmidt, Hahnheim, was ihn zur Zeit beschäftigt.

»Als Ausbildungsbetrieb mit 30-jähriger Erfahrung kann ich sagen, dass sich in den letzten Jahren die Haltung junger Menschen zum Handwerk positiv verändert hat: Junge Erwachsene bekunden mittlerweile doch mehr Interesse daran, einen handwerklichen Beruf zu erlernen. Ich habe bereits auch zwei Abiturienten ausbilden dürfen, die sich bewusst fürs Handwerk entschieden haben. Ich persönlich würde immer wieder den gleichen Weg gehen und habe es zu keiner Zeit bereut den handwerklichen Beruf des Malers und Lackierers erlernt zu haben.«

VERKÄUFE

REGALE

neu & gebraucht

Palettenregale
Fachbodenregale
Kragarmregale

WWW.LUCHT-REGALE.DE
Telefon 02237 9290-0
E-Mail info@lucht-regale.de

Treppenstufen-Becker
Besuchen Sie uns auf unserer Homepage.
Dort finden Sie unsere Preisliste.
Telefon 0 52 23 / 18 87 67
www.treppenstufen-becker.de

www.handwerksblatt.de

KAUFGESUCHE

Layher-Blitz-Gerüst gesucht!
Telefon 02 34/26 32 95
oder 01 71/7 55 90 23

Wir suchen ständig gebrauchte Holzbearbeitungsmaschinen

MSH Maschinenhandel & Service GmbH

Individuelle Beratung und Verkauf von Neumaschinen – Komplette Betriebsauflösungen – Betriebs-Umzüge Reparatur-Service mit Notdienst Absaug- und Entsorgungstechnik Über 100 gebrauchte Maschinen ständig verfügbar – VDE- & Luftgeschwindigkeitsmessungen mit Ausdruck

Tel. 0 63 72/5 09 00-24
Fax 0 63 72/5 09 00-25
service@msh-homburg.de
www.msh-homburg.de

Kaufe
Gerüste - Schalungen - Container
Deckenstützen-Dokaträger-Schalttafeln
Bauwagen · Baubetriebe komplett
NRW Tel. 01 73/690 2405

Kaufe Ihre GmbH
Info! Tel. 0151/46464699
oder
dieter.von.stengel@me.com

IMMOBILIEN

PRIVATVERKAUF: Grundstück ca. 5400 m² mit Wohngebäuden und Scheune.
Bevorzugt geeignet für Gartenbau, Land/Forstwirtschaft, Gewerbe/Handwerk, zum Arbeiten, Wohnen und Freizeit. Das Grundstück mit hohem Entwicklungspotential liegt am Ortsrand von Ludwigshafen/Oggersheim mit sehr guter Nah- und Fernstraßen Anbindung und ÖPNV-Anschluss.
Kontakt: emil.ohliger@gmx.de

GESCHÄFTSVERBINDUNGEN

Ankauf von Holz- und Metallbearbeitungsmaschinen
auch komplette Betriebsauflösungen
Fritz Ernst Maschinenhandel e.K.
Tel. 023 78 - 890 15 10 u. 01 57 - 8820 14 73
maschinenhandel.fritz-ernst@t-online.de

ANKAUF
VON GEBRAUCHTEN
HOLZBEARBEITUNGSMASCHINEN
KOMPLETTE BETRIEBSAUFLÖSUNGEN

MSH and second machines -nrw GmbH

Telefon 023 06 - 94 14 85
Mail: info@msh-nrw.de
www.msh-nrw.de

KAUFE HOLZBEARBEITUNGSMASCHINEN
Komplette Firmenauflösung
Mail: singler@t-online.de
Telefon 0171-46 86 473

GESCHÄFTSEMPFEHLUNGEN

Fenster-Beschlag-Reparatur
Versehe gebrochene Eckmullenkungen mit neuen Bandstählen
CNC Nachbauteile – 3D-Druck
Telefon 01 51/12 16 22 91
Telefax 0 65 99/92 73 65
www.beschlag-reparatur.de

HALLEN + GERÜSTBAU

TEPE SYSTEMHALLEN

Pultdachhalle Typ PD3 (Breite: 20,00m, Tiefe: 8,00m)

- Höhe 4,00m, Dachneigung ca. 3°
- mit Trapezblech, Farbe: AluZink
- incl. imprägnierter Holzpfetten
- feuerverzinkte Stahlkonstruktion
- incl. prüffähiger Baustatik

Aktionspreis € 20.800,-
ab Werk Buldern, excl. MwSt.
ausgelegt für Schneelastzone 2, Windzone 2, Schneelast 85kg/m²

www.tepe-systemhallen.de · Tel. 0 25 90 - 93 96 40

CONTAINER
Alle Typen und Größen neu und gebraucht
Seecontainer, Lagercontainer, Bürocontainer, Kühlcontainer

Tel. 01805 / 266824
Fax 01805 / 266826
FINSTERWÄLDER container

AUS- UND WEITERBILDUNG

Sachverständiger
Ausbildungs-Lehrgänge für die Bereiche **Bau-KFZ-EDV-Bewertungs-Sachverständiger Sachverständiger für Haustechnik Bundesweite Schulungen / Verbandsprüfung modal Sachverständigen Ausbildungszentrum**
Tel. 0 21 53/4 09 84-0 · Fax 0 21 53/4 09 84-9
www.modal.de

STELLENANGEBOTE

Meister/Techniker SHK (m/w/d) gesucht!
Wir bieten Dir:
Eine abwechslungsreiche Tätigkeit im Trocken- und ohne körperliche Anstrengung in einem auf Trinkwasser spezialisierten und am Markt etablierten Unternehmen. Bewirb Dich jetzt bei Marc unter: 02166 / 99 86 78-20

VERMIETUNG/VERPACHTUNG

Fachmetzgerei in der Fußgängerzone
keine Mitbewerber, linker Niederrhein aus Altersgründen zu verpachten. Modern und komplett ausgestattet; Personal, täglicher Mittagstisch und Grillecke vorhanden. Inhaber steht noch als Berater zur Verfügung.
Tel: 02151 – 561325 Mobil 0172 2101962

GESCHÄFTSVERKÄUFE

SCHADSTOFFSANIERUNGSBETRIEB
für Asbest, KMF und Brandschäden. Seit 30 Jahren etabliert, hoher Auftragsbestand, mit oder ohne Anlagevermögen, im gesicherten Mietverhältnis im Saarland zu verkaufen. Einarbeitung durch Eigentümer gewährleistet. VerkaufemeineFirma2022@gmail.com

— GESCHÄFTSAUFGABE —
Abkantbank 2000x3 mit viel Zubehör, Abkantpresse 2000x45to, Excenterstanze 50to mit Ausklingswerkzeug, Tafelschere 2,5x4 mit neuem Messer rep.-bedürftig, Fräsmaschinen 2x Wanderer -1x Union, 3 ALU-Sägen. Tel. 05207/2900

Gebäudereinigungsunternehmen (GmbH)
Kreis Gütersloh – seit 33 Jahren erfolgreich tätig, mit langjährigem Kundenstamm und solider Personalstruktur gegen Kapitalnachweis zu verkaufen. Jahresumsatz 600 T €. Kontakt: nina.martini@gmx.net

BerufsCheck
Verdienst-Dauer-Anforderungen

Der BerufsCheck gibt Infos über **130 Ausbildungsberufe** mit

- Verdienstmöglichkeit
- Dauer
- Anforderungen

Deine Ausbildung im Handwerk 👍

www.handwerksblatt.de/berufscheck

Einfach, schnell und direkt ein MarktPlatz-Inserat sichern!

Anzeigen rund um die Uhr aufgeben unter www.handwerksblatt.de/marktplatz

Oder direkt bei Annette Lehmann:
Telefon 0211/39098-75
lehmann@verlagsanstalt-handwerk.de

In dieser Ausgabe liegt eine Beilage der Wortmann AG, 32609 Hüllhorst bei.
Wir bitten um freundliche Beachtung.

Bei Anruf Auskunft

DAS NEUE SERVICECENTER DER HANDWERKSKAMMER KÜMMERT SICH
KOMPETENT UM TELEFONANLIEGEN, DIE POST UND DEN EMPFANG

Fotos: © Anne Brähler



Die Besetzung des neuen Servicecenters: Leiterin Daniela Wolf, Aline Velez-Almeida, Agnese Sapupo, Michaela Dreyer, Gabriele Rataj und Klaudia Raschke (von links nach rechts).

Im Schnitt erreichen 100 Anrufe pro Tag das neue Servicecenter in der Handwerkskammer Rheinhessen.

Text: *Christiane Faust*

Wer telefonisch Fragen rund um die Leistungen der Handwerkskammer hat, dem wird seit Anfang Februar im neuen Servicecenter mit dem ersten Anruf geholfen. Vier Damen beantworten Fragen oder vermitteln gegebenenfalls zur richtigen Ansprechpartnerin oder zum richtigem Ansprechpartner des jeweiligen Fachbereichs. So möchte die Handwerkskammer Rheinhessen ihren Mitgliedsbetrieben, Interessierten und Ratsuchenden gleich vom ersten Kontakt eine kompetente Hilfe anbieten.

Der Grundgedanke ist eine sehr gute Erreichbarkeit für die Mitglieder zu den Öffnungszeiten der Handwerkskammer. Die Grundvoraussetzung ist eine gute Ausbildung der Mitarbeiterinnen, die die Telefonate annehmen. »Wir haben alle vier bis zu einem Jahr in den unterschiedlichen Fachbereichen der Handwerkskammer hospitiert«, erklärt Daniela Wolf, Leiterin des Fachbereichs Servicecenter. »Wir können zwar keinen Fachbereich ersetzen, aber wir können sie unterstützen und viele Fragen gleich beantworten. »Das hängt natürlich sehr stark mit der Einarbeitung in die verschiedenen Bereiche zusammen. Für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist das eine Entlastung.

ÖFFNUNGSZEITEN SERVICECENTER

Sie erreichen das Servicecenter unter der Telefonnummer: 06131 9992-100
Dort kümmert man sich zu folgenden Zeiten um Ihr Anliegen:

Mo	8.30 bis 12	13.30 bis 16 Uhr
Di	7.30 bis 12	13.30 bis 16 Uhr
Mi	8.30 bis 12	13.30 bis 16 Uhr
Do	8.30 bis 12	13.30 bis 18 Uhr
Fr	8.30 bis 12	13.00 bis 14 Uhr



Es gibt oft Betriebe, die sich nicht nur mit einer Frage an die Handwerkskammer wenden, sondern in verschiedenen Fachbereichen gleich mehrere Dinge zu erledigen haben: Eine Frage zur Ausbildung, zu einer offenen Rechnung und in der Handwerksrolle gibt es auch noch was zu erledigen. »Das wären früher drei involvierte Abteilungen gewesen. Heute können wir in einem Telefonat gleich alles mit dem Mitglied besprechen. Das ist natürlich auch für den Anrufer ein Gewinn«, sagt Wolf. Im Schnitt sind es 100 Anrufe, die an jedem Tag eingehen. Die Bearbeitungszeit variiert. »Mal können wir ein Anliegen in wenigen Sekunden lösen, mal brauchen wir einige Minuten, oder leiten den Anrufer an den zuständigen Fachbereich weiter«, erklärt Wolf. Ganz wichtig ist ihr, dass keiner vergeblich versucht, die Handwerkskammer zu erreichen. »Sollten alle vier Leitungen besetzt sein, erfolgt ein Rückruf, sobald wie möglich. Sollte ein Anrufer in der Warteschleife landen, informiert die Ansage, an wievielter Stelle man in der Warteschleife ist. Dort gibt es auch eine Rückruf Funktion, die sich nach 30 Sekunden einschaltet«, erklärt Wolf.

Dem Servicecenter zugeordnet sind zudem die von Klaudia Raschke geführte Poststelle und der Empfang, der von Seiten der Handwerkskammer mit Gabriela Rataj besetzt ist.

SAVE THE DATE

Wir informieren Sie über aktuelle Termine, Events und Weiterbildungsangebote im rheinhessischen Handwerk



Was: **STEUERBERATER-SPRECHTAG**
Wann: 27. März, 13 bis 16 Uhr
Wo: HWK Rheinhessen, Mainz
Web: hwk.de/veranstaltung



Was: **WEBINAR FÜR BETRIEBE: WIE PLANE ICH DIE AUSBILDUNG?**
Wann: 5. April, 10 bis 11 Uhr
Wo: Online-Seminar
Web: hwk.de/veranstaltung



Was: **PERSONAL ERFOLGREICH REKRUTIEREN**
Wann: 20. April, 17.30 bis 19 Uhr
Wo: Gutenberg Digital Hub e.V., Altes Weinlager, Mainz
Web: hwk.de/veranstaltung



Was: **BERUFSINFORMATIONSMESSE (BIM) ALZEY**
Wann: 21. bis 22. April
Wo: Schulzentrum Alzey
Web: hwk.de/veranstaltung



Was: **LEHRGANG FRISCH FLEISCHTHEKEN IM HANDWERK & IN MÄRKTEN**
Wann: 27. bis 28. März, 8 bis 17.30 Uhr
Wo: BBZ I, Mainz-Hechtsheim



Was: **DIE STARKE FÜHRUNGSPERSÖNLICHKEIT**
Wann: 3. bis 4. April, 8 bis 14 Uhr
Wo: BBZ I, Mainz-Hechtsheim



Was: **DAS STARKE TEAM – WIE SIE EIN STARKES »WIR« – GEFÜHL ENTWICKELN**
Wann: 2. Mai, 8 bis 14 Uhr
Wo: BBZ I, Mainz-Hechtsheim



Was: **AEVO AUFRISCHUNGSLEHRGANG FÜR AUSBILDER UND AUSBILDERINNEN**
Wann: 17. Mai, 8 bis 16 Uhr
Wo: BBZ I, Mainz-Hechtsheim

Fotos: © HWK Rheinhessen, AHH

DEUTSCHES HANDWERKSBLATT

IMPRESSUM

Amtliches Organ der aufgeführten Handwerkskammern sowie satzungsgemäßes Mitteilungsblatt von Handwerk.NRW und Kreishandwerkerschaften, Innungen und Fachverbänden.

MAGAZINAUSGABE für die Handwerkskammern Cottbus, Düsseldorf, Dortmund, Frankfurt (Oder) – Region Ostbrandenburg, Koblenz, zu Köln, zu Leipzig, Ostmecklenburg-Vorpommern, Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld, der Pfalz, Potsdam, Rheinhessen, des Saarlandes, Südwestfalen und Trier

ZEITUNGS-AUSGABE für die Handwerkskammer Münster

VERLAG UND HERAUSGEBER
 Verlagsanstalt Handwerk GmbH
 Auf'm Tetelberg 7, 40221 Düsseldorf
 Postfach 10 51 62, 40042 Düsseldorf
 Tel.: 0211/390 98-0, Fax: 0211/390 98-79

info@verlagsanstalt-handwerk.de
 Verlagsleitung: Dr. Rüdiger Gottschalk
 Vorsitzender des Aufsichtsrates: Andreas Ehlert
 Vorsitzender des Redaktionsbeirates: Jens-Uwe Hopf

REDAKTION
 Postfach 10 29 63, 40020 Düsseldorf
 Tel.: 0211/390 98-47, Fax: 0211/390 98-39
 Internet: handwerksblatt.de
 info@handwerksblatt.de

Chefredaktion: Stefan Buhren (v.i.S.d.P.)
 Chef vom Dienst: Lars Otten
 Redaktion: Kirsten Freund, Anne Kieserling, Bernd Lorenz, Robert Lüdenbach, Jürgen Ulbrich, Verena Ulbrich (Volontärin)
 Grafik: Bärbel Bereth, Marvin Lorenz, Albert Mantel, Letizia Margherita
 Redaktionsassistenz: Gisela Käunicke
 Freie Mitarbeit: Jörg Herzog, Wolfgang Weitzdörfer

REGIONALREDAKTION
 Handwerkskammer Rheinhessen
 Dagobertstraße 2
 55116 Mainz
 Verantwortlich: HGF Anja Obermann
 Redaktion: Christiane Faust, Jörg Diehl
 Tel.: 06131/99 92 297
 presse@hwk.de

LANDESREDAKTION RHEINLAND-PFALZ
 Kirsten Freund / Verlagsanstalt Handwerk
 Auf'm Tetelberg 7, 40221 Düsseldorf
 Tel.: 0211/39 09 842
 freund@handwerksblatt.de

ANZEIGENVERWALTUNG
 WWG Wirtschafts-Werbe GmbH
 Auf'm Tetelberg 7, 40221 Düsseldorf
 Postfach 10 51 62, 40042 Düsseldorf

Anzeigenleitung: Michael Jansen
 Tel.: 0211/390 98-85, Fax: 0211/30 70 70
 jansen@verlagsanstalt-handwerk.de
 Anzeigenpreisliste Nr. 57
 vom 1. Januar 2023

Sonderproduktionen:
 Brigitte Klefisch, Claudia Stemick
 Tel.: 0211/390 98-60, Fax: 0211/30 70 70
 stemick@verlagsanstalt-handwerk.de

VERTRIEB/ZUSTELLUNG
 Fax: 0211/390 98-79
 Leserservice: vh-kiosk.de/leserservice

Deutsches Handwerksblatt Gesamtausgabe (Zeitung und Magazin)
 Gesamtverbreitung Print + Digital:
 323.109 Exemplare (Verlagsstatistik, Juli 2022)

DRUCK
 L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG
 Marktweg 42-50, 47608 Geldern, Tel.: 02831/396-0

Das Deutsche Handwerksblatt informiert als amtliches Organ von 16 Handwerkskammern nahezu jeden dritten Handwerksbetrieb in Deutschland und erscheint als Zeitung und als Magazin 11-mal jährlich. Bezugspreis jährlich 30 Euro einschließlich 7 Prozent Mehrwertsteuer und Postkosten. Für Mitglieder der Handwerkskammern ist der Bezug im Mitgliedsbeitrag enthalten. Bei Nichtbelieferung ohne Verschulden des Verlags oder im Falle höherer Gewalt und Streik besteht kein Entschädigungsanspruch. Abbestellungen müssen aus postalischen Gründen spätestens zwei Monate vor Jahresende beim Verlag vorliegen.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr übernommen, Rücksendung nur, wenn Porto beiliegt. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlags. Gezeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung von Verlag, Redaktion oder Kammern wieder, die auch für Inhalte, Formulierungen und verfolgte Ziele von bezahlten Anzeigen Dritter nicht verantwortlich sind.

Hinweis: Für eine bessere Lesbarkeit wird in diesem Medium das generische Maskulinum für Wörter wie Handwerker, Betriebsinhaber oder Auszubildender verwendet. Selbstverständlich sind immer Frauen, Männer sowie Menschen dritten Geschlechts gemeint.

ERDBEBEN TÜRKEI UND SYRIEN

© picture alliance / AA, Ozan Efeoglu



Jetzt spenden!

Starke Erdbeben haben in der Türkei und Syrien ein unvorstellbares Ausmaß der Zerstörung hinterlassen. Viele Menschen sind tot und Tausende verletzt. Aktion Deutschland Hilft leistet Nothilfe. Mit Nahrungsmitteln, Trinkwasser und medizinischer Hilfe. **Helfen Sie jetzt – mit Ihrer Spende!**



Spendenkonto: DE62 3702 0500 0000 1020 30

Jetzt spenden: www.Aktion-Deutschland-Hilft.de



**Aktion
Deutschland Hilft**
Bündnis deutscher Hilfsorganisationen

100 €
Wechsel-
Bonus*



Geben Sie sich einen Bonus

Wechseln Sie zu unseren Business-Mobilfunktarifen
und holen Sie sich jetzt je SIM-Karte 100 € Bonus.
Für Freiberufler:innen und Selbständige.*



vodafone.de/bonus



Together we can
vodafone
business

*Aktion bis 03.04.2023: Bei Abschluss eines Red Business Prime-Tarifs über den Onlineshop (nicht stationär) im Aktionszeitraum bekommen Sie einen Wechselbonus in Höhe von 100 € zzgl. gesetzlicher MwSt. als Startguthaben auf Ihrem Kundenkonto gutgeschrieben (Barauszahlung nicht möglich), wenn Sie Ihre Rufnummer von Ihrem bisherigen Anbieter in Ihren neuen Vertrag mitnehmen. Der Wechselbonus wird für jeden neuen Vertrag gewährt, für den Sie eine Rufnummern-Mitnahme durchführen. Der Auftrag muss bis 03.04.2023 bei uns eingegangen sein. Das Beendigungsdatum des Vertrags mit Ihrem vorherigen Anbieter darf nicht mehr als 90 Kalendertage in der Vergangenheit liegen und höchstens 123 Kalendertage in der Zukunft. Die Mindestvertragslaufzeit beträgt 24 Monate mit einer Kündigungsfrist von 3 Monaten zum Ablauf der Mindestvertragslaufzeit.

Vodafone GmbH · Ferdinand-Braun-Platz 1 · 40549 Düsseldorf · vodafone.de