

Mittelstands Magazin

www.mit-magazin.de

G 1480

5
2015

INFORMATIONEN UND FORUM FÜR MITTELSTAND, WIRTSCHAFT UND MANAGEMENT

WIRTSCHAFT

Mehr Mut
zum Gründen

MITTELSTAND

Geschäftsreise
und Urlaub

AKTUELLE POLITIK

Stationärer Handel
kontra Online-Shopping?



DEUTSCHLAND:
Labor für Industrie 4.0



Abb. zeigen Sonderausstattung.



WORK-LIFE-BALANCE AUF SCHWEDISCH.

Jetzt exklusiv für alle **gewerblichen Volvo Neukunden**: das Geschäftskunden-Leasing mit einer **Leasingrate von 1%** des Fahrzeugneupreises für alle Volvo V40, Volvo V60 und Volvo XC60 Modelle. Interessiert? Dann vereinbaren Sie doch gleich eine **Probefahrt: 0800/250 50 25**.

MEHR UNTER **VOLVOCARS.DE**

Volvo V60 D3 Linje Business

GESCHÄFTSKUNDEN-LEASING

JETZT FÜR **283,- € MTL.*** (NETTO)
0,- € ANZAHLUNG

Verbrauch kombiniert: 3,9 l/100 km;
CO₂-Emissionen kombiniert: 102 g/km

Volvo V40 D2 Basis

GESCHÄFTSKUNDEN-LEASING

JETZT FÜR **218,- € MTL.*** (NETTO)
0,- € ANZAHLUNG

Verbrauch kombiniert: 3,6 l/100 km;
CO₂-Emissionen kombiniert: 94 g/km

Volvo XC60 D3 Kinetic

GESCHÄFTSKUNDEN-LEASING

JETZT FÜR **299,- € MTL.*** (NETTO)
0,- € ANZAHLUNG

Verbrauch kombiniert: 4,5 l/100 km;
CO₂-Emissionen kombiniert: 117 g/km

Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert: 4,7–3,6; CO₂-Emissionen kombiniert: 124–94 g/km (gem. vorgeschriebenem Messverfahren).

*Ein Leasingangebot der Volvo Car Financial Services, ein Service der Santander Consumer Leasing GmbH, Santander-Platz 1, 41061 Mönchengladbach – für den Volvo V60 D3 Linje Business 110 kW (150 PS), Volvo V40 D2 Basis 88 kW (120 PS) und Volvo XC60 D3 Kinetic 110 kW (150 PS) bei einer Laufzeit von 48 Monaten, 15.000 km Gesamtfahrleistung pro Jahr und einer Anzahlung von 0,- Euro. Angebot zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer, Überführungs- und Zulassungskosten. Bonität vorausgesetzt. Nur für gewerbliche Volvo Neukunden. Gültig bis 31.05.2015 bei allen teilnehmenden Volvo Händlern.

Wir müssen Innovationsweltmeister werden!

Erschaffen wir unsere Zukunft selbst oder überlassen wir die künftigen Spielregeln für Markt und Gesellschaft dem Rest der Welt? Deutschland



Foto: Jöridis Zähning

land - das Land der Erfinder, Tüftler und Gründer – muss sich schnell entscheiden. Hier wurden der Dieselmotor erfunden, der Computer, das Telefon, das Düsentriebwerk, das Auto, das M P 3 - F o r - mat. Aber wo

bleibt das „nächste große Ding“? Die Erfinder waren meist selber Unternehmer und das hat Deutschland erfolgreich gemacht.

Doch nur noch gut fünf Prozent der Studierenden in Deutschland haben heute Lust sich selbstständig zu machen. Mehr als 30 Prozent ziehen die Beamtenkarriere vor. Und auch die Politik leistet alles andere als einen aktivierenden Beitrag, wenn sie auf Antistressverordnung, Frauenquote, Arbeitsstättenverordnung, Mindestlohn-Bürokratie und konstant hohe Abgabenlasten setzt. Das ist rückwärtsgewandte kleinteilige Wohlstandspolitik, die die große Herausforderung aus dem Auge verliert: wie bleiben wir auch künftig ein Land der Vollbe-

schäftigung und des Wohlstands, in dem man gerne bis hin zum hohen Alter aktiv ist?

Von Facebook-Gründer Mark Zuckerberg stammt der Ausspruch: Das größte Risiko liegt darin, gar kein Risiko einzugehen. Mit anderen Worten: Wir müssen die ‚German Angst‘ ablegen, zu einem neuen Gründergeist finden, Misserfolge akzeptieren und unsere Toleranz für eine Kultur der zweiten Chance öffnen. Unternehmer müssen jungen Menschen an den Schulen erfolgreiches Gründen beibringen. Die Ergebnisse an unseren Weltklasse-Forschungseinrichtungen müssen raus aus den Schubladen und zum kommerziellen Erfolg geführt werden. Nur Erfinden reicht nicht. Industrie und Mittelstand dürfen nicht länger nur zuschauen, wie in anderen Teilen der Welt digitale Plattformen, neue Mobilitätsformen, kommerzielle Big-Data-Nutzung und das Internet der Dinge unsere Welt verändern. Wir brauchen eine neue Willkommenskultur, beispielsweise für ausländische Programmierer und Software-Tester, die in unserem Land arbeiten und leben wollen. Und wir brauchen mehr Mut für Wagniskapital.

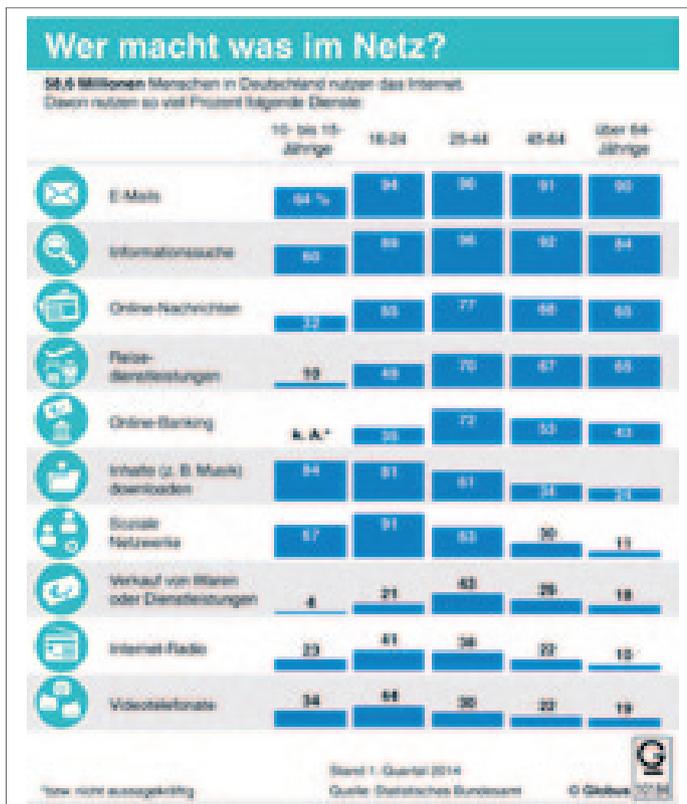
In einer Zeit, in der man über das Internet sein Unternehmen an jedem Standort der Welt gründen kann und schon heute über 200 Milliarden Geräte mit dem Internet verbunden sind, müssen wir schneller werden und mutiger. So wird Deutschland auch in Zukunft das Land der größten Erfinder, klügsten Köpfe und innovativsten Unternehmen sein!

Herzlichst

Ihr Carsten Linnemann



MUTTIS ÜBUNG



Wer macht was im Netz?

Die Jüngeren laden sich meistens Bilder, Musik und Filme aus dem Netz, die Mittdreißiger suchen vor allem Informationen, und Menschen ab 65 Jahren nutzen das Internet hauptsächlich zum Schreiben und Lesen von E-Mails. Das ergab die letzte aktuelle Befragung über die private Nutzung von Informations- und Kommunikations-Technologien (IKT-Erhebung) des Statistischen Bundesamtes im Jahr 2014. G. K.

Selbstständig **er.**



Steigern Sie Ihr Potenzial. Mit Professional Class. Volkswagen für Selbstständige.

Ihr täglicher Antrieb sind maßgeschneiderte Lösungen, die Sie Ihren Kunden garantieren. Und genau das bieten wir Ihnen auch – mit Professional Class. Profitieren Sie von der attraktiven, modellabhängigen Prämie und kommen Sie in den Genuss zahlreicher Vorteile beim GeschäftsfahrzeugLeasing. Das Plus zu Ihrem Leasingvertrag sind folgende komfortable Mobilitätsmodule:

- **Wartung & Verschleiß-Aktion**
- **KaskoSchutz**
- **HaftpflichtSchutz**
- **ReifenClever-Paket**
- **Europa Tank & Service Karte Bonus**

Kraftstoffverbrauch des neuen Passat Variant in l/100 km: kombiniert 5,4–4,0,
CO₂-Emissionen in g/km: kombiniert 140–104.

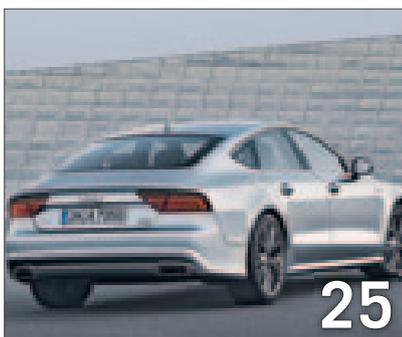
Professional Class

Volkswagen für Selbstständige



Das Auto.

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



POLITIK

- 3 EDITORIAL**
MIT-Bundesvorsitzender Carsten Linnemann zur aktuellen politischen Lage
- 4 Unsere Seite-4-Karikatur**
und Internetnutzung nach Altersgruppen
- 8 Industrie 4.0**
Das bestimmende Thema der Hannover Messe dieses Jahres warf auch die Frage auf, inwieweit der Mittelstand dabei ist

UNTERNEHMEN

- 10 Urlaub und Arbeit**
Was gibt es steuerlich zu beachten, wenn Unternehmer im Urlaub arbeiten oder während einer Geschäftsreise Urlaub machen?
- 14 Zwischen E-Commerce und Fachberatung**
Tipps und Hinweise für regionale Anbieter in Handel und Handwerk zum Zusammenspiel von stationärem und digitalem Handel
- 26 Mehr Mut zum Gründen**
Zwei in Wirtschaft und Politik erfahrene Existenzgründer geben Tipps und machen Mut

SERVICE

- 18 Unsere Leserreise führt diesmal nach Rumänien**
- 20 Unsere Bücherseiten mit Verlosung**
- 22 Aktuelle Urteile**
- 23 Steuertipps**
- 24 Recht im Gespräch**
- 25 Auto-Fahrbericht**
AUDI A 7 Sportback

MIT-/ MU-INSIDE

- 28 MIT in den Medien**
- 29 MIT- und MU-Inside**
- 30 MU-Inside**
- 33 Namen sind Nachrichten**
- 34 Auf den Punkt gebracht**
Chefredakteur Günter F. Kohl zum Thema „Sigmar und seine Freunde“
- 34 Impressum**
- U 3 Leserbrief**



Eins, zwei, drei. Dabei!

Bitte unterstützen Sie unsere Hilfen für kranke, behinderte und vernachlässigte Kinder. Vielen Dank.

Spendenkonto (IBAN):
DE 48 4805 0161 0000 0040 77,
BIC: SPBIDE33XXX, Stichwort »Kinder«
Online spenden unter
www.spenden-bethel.de



MAXIFY YOUR BUSINESS.

Mit den neuen MAXIFY Tintenstrahldruckern und Multifunktionssystemen für kleinere Büros und Home Offices holen Sie das Maximum an Produktivität aus Ihrem Arbeitsalltag heraus. Und darauf geben wir Ihnen ab sofort drei Jahre Garantie*.

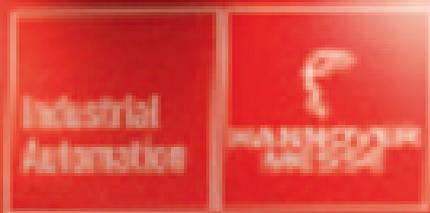


Alle Informationen zur
Garantie-Verlängerung

* Aktionszeitraum vom 01.04. bis 31.08.2015



canon.de/maxify



Industrie 4.0

Foto: dpa picture alliance

DEUTSCHLAND: Labor für Industrie 4.0

Einer Umfrage des IT-Dienstleisters CSC unter 900 Entscheidungsträgern in Deutschland, Österreich und der Schweiz zufolge, hat jeder zweite Befragte noch nichts von „Industrie 4.0“ gehört. Etwa ein Viertel ist zwar mit dem Begriff vertraut, weiß aber nicht genau, was dahintersteckt.

Dieses große Zukunftsprojekt der deutschen Wirtschaft war Schwerpunktthema der Hannover Messe Mitte April. Nach Einschätzung auch ausländischer Fachleute hat Deutschland in Bezug auf Industrie 4.0 die Nase vorn – auch gegenüber so wichtigen Konkurrenten wie den USA oder China. Nach Meinung des IT-Riesen Microsoft wird am Vorabend der vierten industriellen Revolution in Deutschland sogar ein digitales Wirtschaftswunder möglich, wenn alle gesellschaftlichen Kräfte die Chancen erkennen und die Weichen richtig stellen.“ Das gilt insbesondere für den Mittelstand, denn Kooperation ist symptomatisch für die neue vernetzte Welt. Ohne Kooperation von Unternehmen über Branchengrenzen hinweg geht nur wenig.

Pole-Position verteidigen

Der Automobilbau hat bei der Nutzung von Industrie 4.0-Anwendungen mit 53 Prozent gegenwärtig einen Vorsprung

vor den anderen Branchen. In der Elektrotechnik nutzen 48 Prozent Industrie 4.0-Anwendungen, in der chemischen Industrie sind es 42 Prozent, im Maschinen- und Anlagenbau lediglich 41 Prozent. Weitere 18 Prozent der vom IT-Branchenverband Bitkom befragten Unternehmen planen den Einsatz von Industrie 4.0-Anwendungen. „Die Digitalisierung deutscher Fabriken ist in vollem Gange, aber noch lange nicht vollzogen“, sagt Winfried Holz, Mitglied des Bitkom-Präsidiums. „Angesichts der harten internationalen Konkurrenz, etwa aus China und den USA, müssen die Unternehmen jetzt massiv in die Digitalisierung ihrer Prozesse und Produkte investieren, damit Deutschland seine führende Position in der Fertigungsindustrie halten kann.“

Unter dem Begriff Industrie 4.0 wird die durch das Internet getriebene vierte industrielle Revolution verstanden. Sie umschreibt den technologischen Wandel heutiger Produktionstechnik zur intelligenten Fabrik, in der Maschinen und Produkte untereinander vernetzt sind. Am weitesten verbreitet sind momentan die Anwendungen Social Machines und Predictive Maintenance. Bei Social Machines handelt es sich um Maschinen, die mit anderen Maschinen und den Mitarbeitern eines

Betriebs kommunizieren können, zum Beispiel zur Personaleinsatzplanung. Solche Anwendungen werden in 28 Prozent der Betriebe genutzt. Predictive Maintenance beschreibt Lösungen, die die vorausschauende Wartung von Maschinen erlauben und Funktionsausfälle verhindern. Diese kommen in 27 Prozent der Industrieunternehmen zum Einsatz.

Mangel an Fachkräften

Durch die Digitalisierung und Vernetzung der Produktion ergeben sich aus Sicht der Unternehmen zahlreiche Vorteile. Nichtsdestotrotz gibt es offenbar auch noch viele Bedenken: Fast 80 Prozent der Betriebe halten die eigene Branche für zu zögerlich, was die Umsetzung von Industrie 4.0 angeht. Am höchsten ist der Wert im Maschinen- und Anlagenbau mit 83 Prozent. Ein Hindernis sind laut Umfrage die Investitionskosten. 72 Prozent der Befragten sagen, dass diese Investitionskosten gegen den Einsatz von Industrie 4.0-Anwendungen in ihrem Unternehmen sprechen. Holz: „Wer seine Produktion für die Zukunft fit machen will, muss in aller Regel erst einmal investieren. Diese Investitionen sind aber genauso essenziell wie die regelmäßige Pflege und Wartung von Maschinen. Ohne sie wird es künftig keine moderne, effiziente Produktion mehr geben.“ 56 Prozent der Befragten führen außerdem die hohe Komplexität des Themas als Hindernis an und ebenso viele sehen den Mangel an Fachkräften als Problem.

Günter F. Kohl

4. industrielle Revolution



Die Bezeichnung „Industrie 4.0“ soll die vierte industrielle Revolution zum Ausdruck bringen. Die erste industrielle Revolution bestand in der Mechanisierung mit Wasser- und Dampfkraft, darauf folgte die zweite industrielle Revolution: Massenfertigung mit Hilfe von Fließbändern und elektrischer Energie, daran anschließend die Digi-

tale Revolution, der Einsatz von Elektronik und IT zur weiteren Automatisierung der Produktion wurde üblich.

Der Begriff wurde erstmals 2011 zur Hannover Messe in die Öffentlichkeit getragen. Im Oktober 2012 wurden der Bundesregierung Umsetzungsempfehlungen des Arbeitskreises Industrie 4.0

der Promotorengruppe Kommunikation der Forschungsunion übergeben.

Kennzeichnend im Bereich der Industrieproduktion sind die starke Anpassung (bis zur Losgröße 1) der Produkte unter den Bedingungen einer hoch flexibilisierten (Großserien)-Produktion. Die für Industrie 4.0 notwendige Automatisierungstechnik soll durch die Einführung von Verfahren der Selbstoptimierung, Selbstkonfiguration, Selbstdiagnose und Kognition intelligenter werden und die Menschen bei ihrer zunehmend komplexen Arbeit besser unterstützen.

Quelle: Wikipedia

Mein Zeitsparklick!



Sparen Sie Zeit, Kosten und den Weg zum Brief- kasten: Geschäftspost mit dem E-POST MAILER digital versenden!

Mit der kostenlosen Software E-POST MAILER sparen Sie sich beim Versand Ihrer Geschäftspost das Ausdrucken, Kuvertieren, Frankieren und den lästigen Weg zum Briefkasten. Sie verschicken Ihre Briefe direkt aus jedem Programm, mit dem Sie standardmäßig drucken können – und das sogar als Einschreiben und Serienbrief. Ein Klick und ab geht die Post.



Weitere Informationen zum Produkt
unter www.epost.de/mailer

Urlaub und Geschäftsreise?

Was geht und was nicht?

Foto: J. Jannon / pixelio.de



Ein wesentliches steuerliches Kriterium für die Trennung von Arbeit und Geschäftsreise ist logischerweise der direkte Zusammenhang zur täglichen Arbeit

Von Silke Becker

Türkisblaues Meer plätschert, den Tag verdöst man auf einer bequemen Liege am Puderzuckerstrand und abends gibt's coole Drinks an der exklusiven Hotelbar... verständlich, dass das Finanzamt solche Traumtrips nicht unbedingt als Dienstreise akzeptiert. Doch in der Praxis können die meisten Unternehmer von solch einer Auszeit nur träumen. Der so genannte Urlaub ist für viele nur eine Verlagerung des Jobs an einen anderen Ort. Normalerweise kann man sich schon glücklich schätzen, wenn es beim täglichen Mail-Check bleibt. Nicht selten hängt man aber auch in den schönsten Wochen des Jahres stundenlang am Telefon oder tippt den ganzen Tag auf den Laptop

ein. Steuerberater und Rechtsanwalt Markus Deutsch von der Kanzlei Recht und Steuern in Berlin erklärt, wie das Finanzamt die Sache sieht.

Trennung von Betrieb und Privat

„Grundsätzlich erkennt das Finanzamt auf jeder Reise natürlich alle eindeutig betrieblichen Aufwendungen an“, sagt Steuerberater Markus Deutsch. Sämtliche Kosten, die direkt mit dem Job zusammenhängen, sind selbst auf der allerprivatesten Urlaubsreise also ganz klar Betriebsausgaben. Fallen beispielsweise hohe Telefongebühren an, weil mit einem asiatischen Lieferanten etwas schief läuft, kann man diese selbstverständlich steuerlich geltend machen. Nach seiner Einschätzung akzeptiert das Finanzamt höchst-

wahrscheinlich sogar Kosten für Flugtickets & Co. wenn man wegen eines Notfalls in der Firma kurzfristig aus dem Urlaub nach Hause fliegen muss. „So haben die Gerichte jedenfalls bei einem Vorstandsvorsitzenden entschieden, der aus betrieblichen Gründen eine Kreuzfahrt im Mittelmeer abbrechen musste“, erläutert der Jurist.

Beruflicher oder privater Anlass?

So weit, so wenig überraschend. Die dicksten Kostenblöcke auf Reisen sind allerdings bekanntlich die Anreise, Übernachtung und Verpflegung. „Nur, wenn die Reise dienstlich veranlasst ist, können solche Kosten überhaupt steuerlich geltend gemacht werden“, erklärt Deutsch. Die Gretchenfrage

Bitte lesen Sie weiter auf Seite 12

DIE BUSINESS-WOCHEN

Business-Leasing

ab € 239¹⁾

Full-Service-Leasing

für nur € 9,95 mehr²⁾

Der vielleicht schönste Teil
Ihres Gehalts.



mazda

zoom-zoom

MAZDA FLEET. QUALITÄT ERLEBEN. EFFIZIENZ ERFAHREN.

Wertschätzung lässt sich nicht nur durch Geld ausdrücken. Sondern auch durch den besten Mazda6 aller Zeiten. Das Upgrade 2015 ist genauso attraktiv wie die Full-Service-Leasing-Rate: Für nur € 9,95²⁾ mehr im Vergleich zum Business-Leasing¹⁾ genießen Sie das volle Leasingpaket. Ob im besonders sparsamen Mazda6 Kombi SKYACTIV-D 150 mit 110 kW (150 PS) und einem Verbrauch ab nur 4,2 l/100 km oder im kraftvollen Mazda6 Kombi SKYACTIV-D 175 FWD mit 129 kW (175 PS) mit einem beeindruckenden Drehmoment von 420 Nm – Sie erleben Effizienz und Fahrspaß, auf Wunsch natürlich auch mit komfortabler Automatik. Mehr über unsere Angebote für Firmenkunden erfahren Sie unter www.mazda-fleet.de oder über unser Mazda Firmenkunden Center unter 02173-943 300. MAZDA. LEIDENSCHAFTLICH ANDERS.

Kraftstoffverbrauch im kombinierten Testzyklus: 4,9 - 4,2 l/100 km; CO₂-Emissionen im kombinierten Testzyklus: 129 - 110 g/km.

1) Monatliche Rate für ein gewerbliches Leasingangebot der Mazda Finance - einem Service-Center der Santander Consumer Leasing GmbH, Santander-Platz 1, 41064 Mönchengladbach - bei NULL Leasing und € 0 Sonderzahlung mit 36 Monaten Laufzeit und 60.000 km Gesamtleistung für einen Mazda6 Kombi SKYACTIV-D 150 Prime-Line. 2) Ein gewerbliches Leasingangebot der Mazda Finance - einem Service-Center der Santander Consumer Leasing GmbH, Santander-Platz 1, 41064 Mönchengladbach - bei NULL Leasing und € 0 Sonderzahlung mit 36 Monaten Laufzeit und 60.000 km Gesamtleistung für einen Mazda6 Kombi SKYACTIV-D 150 Prime-Line, inkl. aller Service- und Inspektionsarbeiten, GAP-Versicherung und aller anfallenden Verschleißreparaturen sowie der Kosten für die fällige Abgas- und Hauptuntersuchung. Gemäß den gültigen Vertragsbedingungen. Abbildung zeigt Fahrzeug mit höherwertiger Ausstattung. Nur bei teilnehmenden Mazda Vertragshändlern. Alle Preise exkl. MwSt., zzgl. Überführungs- und Zulassungskosten.

Eine Werbung der Mazda Motors (Deutschland) GmbH.



Foto: clipdealer

Arbeitsplatz im Ausland

Schwierig wird es meistens mit der Anerkennung, wenn man seinen Arbeitsplatz für ein paar Monate komplett an einen anderen Ort verlegt. „Auch dann braucht man für die Reise einen betrieblichen Anlass“, erläutert der Experte. Mietet sich beispielsweise ein Wissenschaftler eine Finca auf Mallorca, um vor Ort die Flora und Fauna zu erforschen, ist die Reise ganz offensichtlich betrieblich bedingt. Er kann also sämtliche damit verbundenen Kosten absetzen. Überwintert dagegen ein kälteempfindlicher Grafiker auf der sonnigen Insel, ist es steuerlich egal, dass er dort jeden Tag Vollzeit arbeitet. Denn: Es gibt für ihn keinen beruflichen Grund, nach Mallorca zu reisen, der Grafiker könnte schließlich auch im heimatlichen Büro entwerfen. Anreise, Unterkunft und Verpflegung sind also seine Privatangelegenheit. Trotzdem kann er natürlich berufliche Kosten absetzen, beispielsweise das Telefon oder die Miete für ein Zweitbüro.

Fazit: Je stichhaltiger man dem Finanzamt begründen kann, dass die Reise zuallererst und vor allen Dingen

Erkennt das Finanzamt den täglichen E-Mail-Check im Urlaub als Arbeit an, wenn er am Strand stattfindet?

lautet also: Ist der Unternehmer aus beruflichen oder aus privaten Gründen gereist?

Ein wesentliches Kriterium ist logischerweise der direkte Zusammenhang zur täglichen Arbeit. Klassiker wie Kundenbesuche, Präsentationen oder Messen führen selten zu Ärger mit dem Finanzamt. Bei Fortbildungen, Seminaren und anderen Veranstaltungen ist die Sache schon nicht mehr ganz so einfach. „Je touristisch reizvoller die Region, desto kritischer wird geprüft“, weiß Markus Deutsch. Eine dreiwöchige Vortragsreise für Architekten in die Toskana, bei der lediglich zwei Vorträge über kulturelle Höhepunkte auf dem offiziellen Programm stehen - so etwas

weckt ganz sicher das Misstrauen des Beamten. „Gibt es allerdings Anwesenheitspflicht, ist ein Programm straff durchorganisiert und dauert den ganzen Tag, gibt es normalerweise keine Probleme“, so die Erfahrung des Steuerexperten.

Bei den Inhalten haben sich die Anforderungen in den letzten Jahren etwas gelockert. Ausschließlich fachspezifische Themen gehen immer. Selbst der strengste Finanzbeamte akzeptiert, dass eine Fortbildung über die Tücken des Baukostenrechts kein Privatvergnügen ist. „Auch allgemeine berufliche Inhalte wie beispielsweise Rhetorik oder Sozialkompetenz werden meist anerkannt“, erklärt Deutsch.



Steuerberater und Rechtsanwalt Markus Deutsch von der Kanzlei Recht und Steuern in Berlin erklärt, wie das Finanzamt die Trennung von Urlaub und Arbeit sieht

aus beruflichen Gründen stattgefunden hat, desto leichter klappt es mit der steuerlichen Anerkennung der Kosten.

Teils beruflich, teils privat

Dass die Reise einen betrieblichen Anlass haben muss, heißt allerdings noch lange nicht, dass sie von vorne bis hinten nur aus Arbeit bestehen muss. „Das so genannte Aufteilungsverbot besteht seit einigen Jahren nicht mehr“, betont der Fachmann. Man darf also beispielsweise an einen ganz offensichtlich betrieblich veranlassten Messebesuch noch ein paar private Tage vor Ort anhängen. Klar, dass das Finanzamt auch bei solchen so genannten „gemischt veranlassten“ Reisen keine rein privaten Kosten akzeptiert, beispielsweise für die Stadtrundfahrt oder das Kinoticket. Alle eindeutig beruflichen Kosten dagegen kann man natürlich zu 100 Prozent absetzen, beispielsweise Messe-Eintritte oder Kursgebühren. So weit, so klar. Doch was ist mit Flug, Hotel oder Verpflegung? „Diese so genannten gemischten Kosten muss man in einen beruflichen und einen privaten Teil aufteilen“, erklärt der Steuerexperte.

Am einfachsten ist das, wenn sowieso tageweise abgerechnet wird. Wer drei Tage auf einer Messe war und zwei Tage privat Freunde besucht hat, ordnet beispielsweise die Hotelkosten einfach den „beruflichen“ bzw. „privaten“ Tagen zu. Nach dem gleichen Schema setzt man die Verpflegung an. Hier darf man sowieso nicht die tatsächlichen Kosten für Restaurant & Co. geltend machen, sondern nur die Verpflegungspauschalen.

Manchmal ist eine solche taggenaue Abrechnung aber nicht möglich, beispielsweise bei Pauschalreisen oder beim Flugticket. In diesem Fall berechnet man zuerst, wie hoch der berufliche



Foto: clipdealer

und der private Anteil der Reise waren und teilt die Kosten anschließend entsprechend auf. Wer beispielsweise für 1000 € nach China geflogen ist und dort 60 % der Zeit beruflich unterwegs war, kann auch 60 % der Kosten, also 600 € steuerlich absetzen.

„Es ist sinnvoll, den Reiseverlauf sauber zu dokumentieren, damit der Beamte die Aufteilung nachvollziehen kann“, empfiehlt Deutsch. Je weniger Ansatzpunkte für Zweifel man liefert, desto besser. Trotzdem kann es auch bei bester Dokumentation passieren, dass das Finanzamt immer neue Be-

lege fordert, weil der Sachbearbeiter einfach nicht glauben will, dass die Reise beruflich bedingt war.

Immerhin: Bei der Auswahl von Unterkunft, Mietwagen und Co. hat man weitgehend freie Hand. Steuerlich ist es egal, ob man erster Klasse fliegt oder Economy, ob man in der Jugendherberge schläft oder im Sternehotel residiert. Ist die Reise beruflich veranlasst, muss das Finanzamt die Kosten schlucken. Wie immer, gilt aber auch hier: Nicht übertreiben. Wer die Präsidentensuite im Luxus-Wellness-Ressort bucht, darf sich nicht wundern, wenn der zuständige Sachbearbeiter schmallippig von seinem Campingurlaub erzählt und anschließend die gesamte Reise als Privatvergnügen einstuft. Schließlich sind auch Finanzbeamte nur Menschen.

Foto: clipdealer



Es empfiehlt sich, eine Urlaubsreise, während der man auch arbeitet, sauber für das Finanzamt zu dokumentieren

Von Hans-Jürgen Borchardt

Viele, vor allem kleine und mittlere Handels- und Handwerksunternehmen, neigen dazu, das Internet mit seinen unzähligen Angeboten als den Totengräber ihrer Existenz zu betrachten. Sie glauben, dass sie keine Chancen im Preis- und (Dienst-) Leistungswettbewerb gegen die großen Allesanbieter oder die Spezialisten haben. Diese Einstellung ist falsch, denn jeder Handelsbetrieb und jeder Handwerker verfügt immer über mehrere Vorteile, die *nur er* seinen regionalen Kunden bieten kann.

Die repräsentative Marktuntersuchung „Europa Konsumbarometer 2014“ im Auftrag der Commerz Finanz unterstreicht, dass der stationäre Handel bei den Europäern weiterhin beliebt ist. Elf Prozent der Verbraucher wollen häufiger und 43 Prozent sogar überwiegend oder ausschließlich vor Ort einkaufen. Andererseits planen 37 Prozent, vermehrt Produkte im Internet zu erwerben. „Die Konsumenten schätzen die Standortvorteile des stationären Handels. Dazu zählen in erster Linie die Beratung und Inspiration durch den Verkäufer und die authentische Produkterfahrung, die das Internet nicht bieten kann“, heißt es wörtlich.

Darüber hinaus sehen Verbraucher

- die sofortige Hilfestellung
- die persönliche Begleitung durch den Verkäufer
- das haptische Erlebnis mit dem Produkt und
- die direkte Lieferung

Regionale Anbieter im digitalen Wettbewerb

Es gibt kein Entweder-oder, sondern nur ein Sowohl-als-auch



Stationärer Handel und E-Commerce sind zwei Seiten der gleichen Medaille

Vorteil Nr. 1: Die Nähe zum Kunden

Kunden, die im Einzugsbereich eines Unternehmens ansässig sind, das seine Produkte sowohl direkt als auch über Internet anbietet, können die Vorteile eines Einkaufs oder einer Bestellung mit denen eines direkten Besuchs verbinden. Mit dieser Nähe zum Kunden können die klassischen E-Commerce-Versender nicht punkten.

Vorteil Nr. 2: Der reale Ansprechpartner

Im Gegensatz zum reinen Online-Handel kann der regionale Betrieb seinen Kundenkontakt personalisieren. Dieser Mitarbeiter ist im Bedarfsfall jederzeit per Internet, per Telefon oder direkt im Betrieb erreichbar und kann so zu allen Fragen Auskunft geben.

Vorteil Nr. 3: Die individuelle Beratung

Die Standarderklärung des Produk-

E-COMMERCE



sind. Die Liste der Ärgernisse ist lang. Ganz anders bei einem regionalen Anbieter. Da ist der Ansprechpartner bekannt, die Reparatur kann oft im eigenen Betrieb erfolgen oder der Service-Mitarbeiter ist kurzfristig vor Ort zur Stelle.

Vorteil Nr. 6:

Die Montage und Einweisung

Bei größeren Geräten ist oft eine fachkundige Montage notwendig, um das gekaufte Produkt nutzen zu können. Große Online-Anbieter arbeiten oft mit Subunternehmen zusammen, die möglichst schnell mit ihrer Arbeit fertig werden wollen. Da bleibt dann z. B. die Einweisung oft „auf der Strecke“.

Vorteil Nr. 7:

Die Terminflexibilität

Es kommt immer wieder vor, dass bestellte Waren zu einem bestimmten Zeitpunkt angeliefert werden müssen. Nationale Zustelldienste können darauf oft keine Rücksicht nehmen. Ganz anders der „Vor-Ort-Partner“, er kann derartige Wünsche seiner Kunden im Regelfall berücksichtigen.

Vorteil Nr. 8:

Fachliche Betreuung

Kunden, die im Umgang mit E-Commerce nicht sicher sind, kann man anbieten, bei der Auswahl und Bestellung von Produkten zu helfen. Ein Angebot vor allem für Senioren oder Laien, die sich fach-

tes- bzw. der Leistung erfolgt entsprechend den technischen Bedingungen des Internets in bildlicher und schriftlicher Form. Der regionale Anbieter kann zusätzlich weiterführende oder vergleichende Beratungsleistungen in seinem Betrieb - oft sogar direkt am Produkt- anbieten.

Vorteil Nr. 4:

Die Schnelligkeit

Die überregionalen Anbieter müssen immer einen Lieferdienst, der oft zu-

sätzliche Kosten verursacht, mit der Auslieferung beauftragen. Der Regionalanbieter kann sowohl die Direktabholung als auch im Bedarfsfall die direkte Auslieferung am gleichen Tag anbieten.

Vorteil Nr. 5: Der Service

In vielen Fällen ist nicht der Preis, sondern der Service das entscheidende Verkaufsargument. Jeder kennt die (unendlichen) Probleme, die bei vielen Anbietern entstehen, die weit weg



Foto: Ptopia

Stellen Sie die Vorteile, die (nur) Sie zu bieten haben, deutlich heraus, damit den Kunden bewusst wird, auf was sie alles verzichten, wenn sie nicht bei Ihnen bestellen.

Unstrittig ist, dass die Einkäufe per Online noch lange Zeit weiter zunehmen werden. Damit entsteht für jeden klassischen Handels- und Handwerksbetrieb die Frage, ob er auf diese Kunden verzichten will, oder ob er die vorhandenen Möglichkeiten aktiv für sich nutzen möchte. Dabei braucht man nicht sämtliche Vorteils-Leistungen anzubieten, sondern wichtig ist, dass Sie Ihren Kunden aufzeigen, in welchen Leistungsfeldern Sie besser sind als die „große Konkurrenz“.

Wie Zahnräder sollten regionale Händler und Handwerker ihre stationären und digitalen Verkaufs- und Kundenbetreuungs-Aktivitäten aufeinander abstimmen

liche Betreuung bei der Abwicklung eines digitalen Einkaufs wünschen. Auch hierbei muss der überregionale Online-Handel passen.

Vermarkten Sie Ihre Vorteile

PR-Leute sagen: „Tu Gutes und rede darüber!“ Für Unternehmer heißt das, die Vorteile, die Sie bieten, auch offensiv in Ihren werblichen Aktivitäten darzustellen – real und digital. Kein Betrieb kann es sich heute mehr leisten, die Möglichkeiten, die das Internet bietet, nicht zu nutzen. Denn auch dies ist eine Erkenntnis aus der bereits zitierten Studie: Social-Media beeinflusst zunehmend die Entscheidungsfindung der Käufer, weil sie immer häufiger im Internet unterwegs sind, um sich über Produkte, Leistungen und ihre Bewertungen zu informieren.

Ein guter Rat: Werfen Sie Ihre Ansicht, dass der Preis das entscheidende Argument ist, über Bord. Denken Sie immer wieder an die vie-

len Untersuchungen und Vergleiche, die in den Medien vorgestellt wurden und werden, dass die „großen“ Anbieter oft nur mit wenigen Standardartikeln preiswert sind, aber dass das Preisniveau des Gesamtsortiments oft über dem der regionalen Anbieter liegt.

Entscheidend ist, dass der regionale Handel E-Commerce als gleichberechtigten Teil der eigenen Verkaufstätigkeiten und nicht als zusätzliche Arbeitsbelastung ansieht. Stationärer und Online-Handel sind zwei Seiten der gleichen Medaille.

Foto: Tim Reckmann/ pixelio



Das Ziel regionaler Anbieter: Lieferantenauswahl und Preisfindung online, abschließende Produktberatung und Kauf stationär





VERKÄUFER ACHTUNG

Wettbewerbs-Regeln gelten auch im Online-Handel

*Von Manfred Wagner
und Thorsten Dohmen*

Nach Auffassung des Bundesgerichtshofs (BGH) handelt ein Online-Händler unlauter, wenn er gegenüber Verbrauchern mit einer „14-tägigen Geld-zurück-Garantie“ wirbt. Die konkrete Werbeaussage lautete: „Sollten Sie mit einem kompatiblen Produkt nicht zufrieden sein, haben Sie eine 14-tägige Geld-Zurück-Garantie. Das Porto der Rücksendung übernehmen wir.“

Das Gericht stellte fest, dass die beworbene „Geld-zurück-Garantie“ in keiner Weise über das 14-tägige Widerrufsrecht bzw. Rückgaberecht nach der damaligen Rechtslage hinausgeht, welches dem Verbraucher bei sog. Fernabsatzverträgen, worunter auch der Online-Handel fällt, ohnehin zusteht. Das Urteil lässt sich insoweit auf die geltende Rechtslage übertragen, als im Fernabsatz weiterhin ein 14-tägiges Widerrufsrecht gilt.

Gem. Nr. 10 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG ist es stets unlauter, gegenüber Verbrauchern wahrheitswidrig

anzugeben oder den Eindruck zu erwecken, gesetzlich bestehende Rechte stellen eine Besonderheit des Angebots dar. Der Unternehmer darf also eine Selbstverständlichkeit nicht als besonderen Service ausgeben. Das Berufungsgericht hatte einen Verstoß gegen diese Vorschrift mit der Begründung verneint, es fehle an einer hervorgehobenen Darstellung der vermeintlichen Besonderheit des Angebots.

Falschen Eindruck erweckt

Der BGH stellte jedoch klar, dass sich weder aus der deutschen Vorschrift, noch aus der zugrunde liegenden Europäischen Richtlinie 2005/29/EG das Erfordernis einer hervorgehobenen Darstellung ergibt. Erforderlich, aber auch ausreichend sei es vielmehr, dass beim Verbraucher der unrichtige Eindruck erweckt wird, der Unternehmer hebe sich bei seinem Angebot dadurch von den Mitbewerbern ab, dass er dem Verbraucher freiwillig ein Recht einräumt. Im konkreten Fall folge dieser Eindruck aus der Tatsache, dass die beanstandete Werbeaussage im Zusammenhang mit den

Foto: pitopia

Vorzügen des beworbenen Produkts stehe und zudem die ebenfalls beworbene zweijährige Gewährleistung ausdrücklich als gesetzliches Recht dargestellt wurde.

Mit der Portoerstattung darf der Verkäufer werben

Ebenso sei die Aussage, der Verbraucher trage nicht das Risiko des Versands, wettbewerbswidrig, da beim Verbrauchsgüterkauf die Gefahr des zufälligen Untergangs ohnehin erst dann auf den Verbraucher übergehe, wenn dieser die Kaufsache in Besitz nehme oder in Annahmeverzug gerate.

Leider lassen sich keine klaren Regeln dafür definieren, wann ein Hinweis auf Verbraucherrechte in der Werbung noch als solcher zulässig ist, und ab wann von einer wettbewerbswidrigen Darstellung als Besonderheit des Angebots auszugehen ist. Hinweise auf Verbraucherrechte innerhalb sonstiger Werbeaussagen wie vorliegend, sollten jedoch in jedem Fall vermieden werden. Der Zusatz „Das Porto der Rücksendung übernehmen wir“ ist nach der aktuellen Rechtslage zulässig. Nach Inkrafttreten des Gesetzes zur Umsetzung der Verbraucherrechtlinie am 13. Juni 2014 trägt der Verbraucher grundsätzlich die Kosten der Rücksendung, unabhängig vom Wert der Ware. Übernimmt der Unternehmer die Kosten der Rücksendung, geschieht dies freiwillig, so dass er hiermit auch werben darf.

Die beiden Autoren sind Rechtsanwälte und Mitglieder der Deutschen Anwalts- und Steuerberatervereinigung für die mittelständische Wirtschaft e.V.

RUMÄNIEN

Zu Gast bei Graf Dracula

Zwischen wildromantischen Landschaften der Karpaten hat die Geschichte mächtig getobt. Griechen, Römer, Thraker, Ordensritter, ja selbst Siebenbürger Sachsen haben sich nicht nur in sieben gewaltigen Burgen verschanzt. Doch die Legenden der blutsaugenden Herrscher von Dracula bis Ceaușescu sind nur noch Kulisse in der neuen Freiheit Rumäniens. Acht Tage voll von Mythen, unberührter Natur und farbenprächtigen Moldauklöstern warten auf Sie. Bine ati venit! – Herzlich Willkommen!



1. Tag, Di: Auf nach Transsilvanien

Nachmittags Flug mit Lufthansa nonstop von München nach Hermannstadt (Sibiu), wo Sie Ihr Scout am Flughafen empfängt und ins Hotel begleitet. Beim gemeinsamen Abendessen in der Altstadt lernen Sie die Seele Rumäniens kennen.

2. Tag, Mi: Das Herz Siebenbürgens

Citytour durch Hermannstadt: einst „Schutzwall aller Christen“, 2007 Kulturhauptstadt Europas. Ihr Marco Polo-Scout führt Sie durch die mittelalterliche Altstadt über steinerne Wehrringe und Treppengassen zur Lügenbrücke. Wer nicht die Wahrheit, sondern das Schlechte sucht, kann sich in der evangelischen Kathedrale am Grab von Draculas Sohn Mihnea dem Schlechten mit gruseligen Legenden foltern lassen.

MARCO POLO LIVE

Nachmittags Freizeit oder Ausflug ins Dorf Budenbach (Sibiul) (gegen Mehrpreis, Abendessen inklusive). Erst Besuch des Glasikonenmuseums, dann Fahrt zu einem Bauernhof: kurzer Rundgang und langes Abendessen mit festen und flüssigen rumänischen Spezialitäten.

3. Tag, Do: Mittelalterliches Schäßburg

Morgens machen Sie sich auf den Weg gen Norden. Besuch der Kirchwehnanlage von Birthälm (Biertan). Dann nach Schäßburg (Sighisoara): ein lebendiges Museum, dessen mittelalterlicher Charme nicht wegsaniert wurde und dessen angestammte Bewohner noch die krummen Häuser und Türmchen der Burg bewohnen. Freunde alter Vampirgeschichten finden Gelegenheit zum Besuch des Geburtshauses von Vlad Tepes Draculae. Oder Sie erklimmen das Wahrzeichen der Stadt, den berühmten Stundturm und genießen den Rundblick über das schöne Städtchen.

4. Tag, Fr: Durch die Karpaten

Fahrt nach Bistritz (Bistrita), wo die hübschen Bürgerhäuser Behaglichkeit, die mittelalterliche Stadtfestung mit Wehrmauer Sicherheit ausstrahlen. Weiter geht's durch die bewaldeten Ostkarpaten in das Buchenland (Bukowina) nach Gura Humorului.

5. Tag, Sa: Farbenfrohe Moldauklöster

Tagestour zu drei der schönsten Moldauklöster und ihren Fassadenmalereien. Im Kloster Moldovita erklärt eine Schwester auch nicht Bibelfesten die Bildererzählungen. Die Himmelsleiter im

Kloster Sucevita ist ziemlich eindeutig: Wenn an der Himmelstür Christus die Tugendhaften empfängt, wissen Sie ja, wer unten im Höllenschlund wartet ... Auch warum das Kloster Voronet „Sixtinische Kapelle des Ostens“ genannt wird, erkennen Sie auf dem Rundgang sofort. Haben Sie schon an Souvenirs gedacht? In Marginea sind Sie zu Gast bei jenen Töpfern, die die berühmte Schwarzkeramik fertigen!

6. Tag, So: Höllenschlund & Mördersee

Zurück nach Siebenbürgen. Nach Bicaz liegen 60 spektakuläre Kilometer vor Ihnen: In der Bicaz-Klamm fädelt sich die Straße durch enge Felsen, bis sich am Ende der „Höllenschlund“ auftut: Kurzer Spaziergang zwischen den Steilwänden. Im Roten See ist nach einem Erdrutsch ein ganzer Wald ertrunken, doch was ihn zum „Mördersee“ macht, ist von Legenden umrankt. An Szeklerburg (Miercurea Ciuc) vorbei gelangen Sie zum heutigen Tagesziel: dem Wintersportort Schulerau (Poiana Brasov).

7. Tag, Mo: Zu Gast bei Graf Dracula

In Kronstadt (Brasov) entführt Sie die Vergangenheit diesmal ins Barock. Vorbei an der schmalsten Gasse Europas schlendern Sie zur Schwarzen Kirche. Orientalische Teppiche in einer Kirche? Ihr Scout lüftet das Geheimnis für Sie. Am Nachmittag am besten viel Knoblauch einpacken für die Tour zur Törzburg (Bran), romantische Romanvorlage und Urschloss des weltweiten Vampirkults: Fühlen Sie der Wahrheit auf den Zahn ... Zum Abschiedsabendessen gibt es heute neben Spezialitäten auch rumänische Volksmusik.

8. Tag, Di: Heimreise

Vormittags Freizeit zum Ausschlafen oder für einen kurzen Spaziergang in Schulerau, bevor Sie

in Tartlau (Prejmer) noch einmal in die Vergangenheit blicken: Besuch der Kirchenburg mit mittelalterlicher Vollausrüstung – inklusive Schießscharten, Pechnasen, Fallgitter und Todesorgel! Am frühen Nachmittag Fahrt zurück zum Flughafen von Hermannstadt und Rückflug mit Lufthansa nonstop nach München. Individuelle Weiterreise zu den Ausgangsorten.



Flug Lufthansa

Im Reisepreis enthalten ist der Linienflug mit Lufthansa (Buchungsklasse S/T/W) ab/bis: München.

Zuschlag € 59,- für Anschlussflug ab/bis: Berlin, Bremen, Dresden, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Hannover, Münster.

Je nach Verfügbarkeit der angegebenen Buchungsklasse Aufpreis möglich (siehe www.agb-mp.com/flug).

Eine sehr gute Alternative zu innerdeutschen Anschlussflügen ist das im Reisepreis inkludierte „Rail & Fly inclusive“-Ticket 2. Klasse.

Reisepapiere und Impfungen

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

Klima

Durchschnittliche Höchsttemperaturen in °C:

	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.
Hermannstadt	20	23	26	25	21	15





8 Reisetage ab € 899,-

- Mittelalterliches Siebenbürgen
- Wehrtürme und Klosterkirchen
- Die schönsten Moldauklöster
- Vampirkult um Graf Dracula
- Nonstop-Linienflüge mit Lufthansa

Reisepreis in Euro pro Person

8 Reisetage Termine 2015	DZ	EZ-Zuschlag
14.07. – 21.07.2015	999	179
21.07. – 28.07.2015	959	159
28.07. – 04.08.2015	999	179
04.08. – 11.08.2015	999	179
11.08. – 18.08.2015	999	179
18.08. – 25.08.2015	999	179
25.08. – 01.09.2015	999	179
01.09. – 08.09.2015	999	179
08.09. – 15.09.2015	999	179
15.09. – 22.09.2015	999	179
22.09. – 29.09.2015	999	179
29.09. – 06.10.2015	899	149
06.10. – 13.10.2015	899	149

Hotels

Ort	Nächte	Hotel	Landeskategorie	Änderungen vorbehalten
Hermannstadt	2	Continental Forum	****	
Schäßburg	1	Binderbubi	****	
Radauti	2	The Gerald's	****	
Schulerau	2	Escalade	****	

Reiseversicherungen

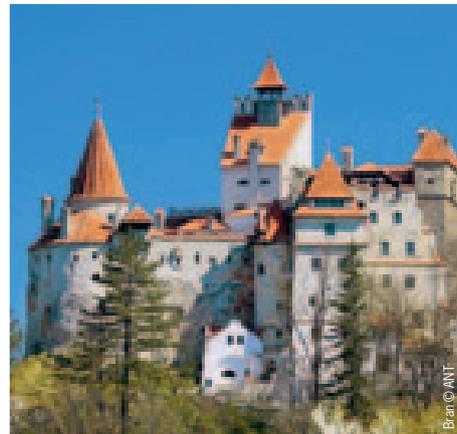
Im Reisepreis sind keine Reiseversicherungen enthalten. Wir empfehlen jedem Teilnehmer den Abschluss der Reiseschutz-Pakete der Allianz Global Assistance: z. B. den Reiserücktrittschutz oder das Vollschutz-Paket, bei dem u. a. zusätzlich eine Reise-Krankenversicherung inkl. eines medizinisch sinnvollen Kranken-Rücktransports enthalten ist. Weitere Informationen erhalten Sie mit Ihrer Reisebestätigung oder unter www.agb-mp.com/versicherung.

Mindestteilnehmerzahl

Mindestteilnehmerzahl: 15 Personen
 Höchstteilnehmerzahl: 29 Personen
 Sollte die Mindestteilnehmerzahl nicht erreicht werden, kann der Veranstalter bis spätestens am 21. Tag vor Reisebeginn vom Reisevertrag zurücktreten (Näheres siehe Reisebedingungen).

Veranstalter und Reisebedingungen

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



Im Reisepreis enthalten

- Linienflug mit Lufthansa von München nach Hermannstadt und zurück in der Economy-Class
- 7 Übernachtungen mit Frühstücksbuffet in guten Mittelklassehotels
- Unterbringung in Doppelzimmern mit Bad oder Dusche und WC
- Transfers, Ausflüge und Rundreise in landesüblichem, klimatisiertem Reisebus
- Deutsch sprechende Marco Polo-Reiseleitung in Rumänien

Und außerdem inklusive

- „Rail & Fly inclusive“ zum/vom deutschen Abflugsort in der 2. Klasse von jedem Bahnhof in Deutschland
- Willkommensabendessen in Hermannstadt
- Abschiedsabendessen mit Musik in Schulerau
- Eintrittsgelder (ca. € 25,-)
- Flughafensteuern, Lande- und Sicherheitsgebühren (ca. € 124,-)
- Reiseunterlagen mit einem Reiseführer pro Buchung
- Klimaneutrale Bus- und Bahnfahrten durch CO₂-Ausgleich

Zusätzlich buchbare Extras

- Ausflug „Budenbach“ € 19,-

Zahlung / Sicherungsschein

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



ANMELDUNG / RESERVIERUNG

MittelstandsMagazin-Leserreise RUMÄNIEN

Name, Vorname

Geburtsdatum

Telefon tagsüber (mit Vorwahl)

Straße/Hausnummer

PLZ/Wohnort

Name, Vorname, Geburtsdatum Mitreisende(r)

Gewünschtes bitte eintragen bzw. ankreuzen

Reisetermin:

Doppelzimmer Einzelzimmer ½ Doppelzimmer

Flug ab/bis:

Ausflug „Budenbach“

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

Oder

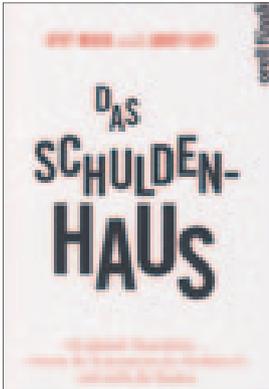
Ich bitte um Reservierung der Leistungen und Übersendung der Reisebedingungen vor Vertragsschluss.

Ort, Datum/Unterschrift

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

Coupon faxen an:
 Fax: 089 50060-405

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

20 ► **BÜCHER** für Sie gelesen von Günter F. Kohl**Das Schuldenhaus**

Mian/ Sufi

Geb., 256 S., 22,95 Euro
ISBN 978-3-280-05584-7
Orell Füssli Verlag

Die beiden amerikanischen Finanzwissenschaftler haben ihr Buch mit dem Untertitel „Die globale Finanzkrise – warum der Konsument das Problem ist und nicht die Banken“ und damit eine gewisse Richtung angegeben: Eine Krisenbewältigung, die primär die Banken zu retten versucht, ist falsch. Eine Auffassung, die auch unter deutschen Politikern und Wissenschaftlern immer mehr an Boden gewinnt, vor allem vor dem Hintergrund der Griechenland-Krise ...

**Schulden-Bumerang**

Wolfgang Schröter

Geb., 348 S., 22,00 Euro
ISBN 978-3-86774-393-8
Murmans Verlag

Ein Banker bricht das Schweigen: Nichts ist in Ordnung, schreibt er, mehr denn je bewegen wir uns auf einen Abgrund zu. Und mehr denn je bedrohen die sich immer höher auftürmenden Schuldenberge das Fundament unseres Wohlstands. Der Autor benennt zentrale Ursachen und verantwortliche Akteure. Als das sind Groß-, Schatten- und Investmentbanken, Wissenschaftler, Ökonomen, Zentralbanken und „unverantwortlich handelnde Politiker“.

**Wir sind das Kapital**

Günter Faltin

Geb., 288 S., 22,00 Euro
ISBN 978-3-86774-419-5
Murmans Verlag

In einer Zeit, in der die Selbstständigen-Quote immer weiter sinkt, kaum noch Studenten bereit sind, eine Firma zu gründen und stattdessen lieber eine Beamten-Laufbahn anstreben, kommt das Buch genau richtig. Der Autor, überzeugter Gründer und Wegbereiter von Start-Ups, entwickelt in dem Buch seine Gründungslehre weiter. Sein letztes Buch, „Kopf schlägt Kapital“ war ein Bestseller, der in acht Sprachen übersetzt wurde.

**Steuern 2015**

Broschur, 600 S.,

9,80 Euro
ISBN 978-3-648-06717-8
Haufe Verlag

Ob Tabellen und Übersichten, Termine und Fristen, Arbeitsrecht und Umsatzsteuer oder Finanzierungsformen und Erbschaftsteuer – die Haufe-Broschüre „Steuern 2015“ ist ein ebenso handlicher wie unentbehrlicher Helfer auf dem Chef-Schreibtisch. Auf mehr als 600 Seiten bietet er eine Menge Informationen, aktuell und übersichtlich.

Management der touristischen Servicekette

Kart. 285 S., 49,95 Euro

ISBN 9783503112258

Erich Schmidt Verlag

Der Tourismus in Deutschland spielt eine große Rolle; er steht in harter Konkurrenz zu anderen, europäischen, aber auch außereuropäischen Destinationen. Um in diesem Wettbewerb zu bestehen, bedarf es einer ganzheitlichen strategischen Steuerung der touristischen Leistungserbringung. Dass dies bisher nur sehr bedingt gelingt, ist wohl auch dem Nebeneinander der zahlreichen über ganz Deutschland verstreuten Tourismusregionen geschuldet. Das Buch möchte helfen, dieses Management zu verbessern.

**Ludwig Erhards Soziale Marktwirtschaft**

Horst Friedrich Wünsche, Geb., 460 S.

ISBN 978-3-95768-135-5, Lau-Verlag

Der Autor ist ein ausgewiesener Kenner Ludwig Erhards: Von 1973 bis zu dessen Tod Erhards einziger wissenschaftlicher Mitarbeiter, danach Geschäftsführer der Ludwig-Erhard-Stiftung in Bonn. Nur deshalb darf man sicherlich die Behauptung im Klappentext, die Soziale Marktwirtschaft werde erstmals aus der Sicht ihres Begründers, Ludwig Erhard, beschrieben, so stehen lassen. Zuzustimmen ist dem Autor sicherlich in seinem Fazit, die Politiken der letzten Jahre seien von Erhards Konzeption abgewichen und könnten weder Wohlstand für alle noch soziale Gerechtigkeit, weder Stabilität noch eine solide Finanzpolitik garantieren.

Verlosung

Der Verlag hat uns fünf dieser Bücher zur Verfügung gestellt, die wir gerne kostenlos und portofrei an unsere Leser weitergeben. Wer sich für eines der Bücher interessiert, schreibe eine E-Mail an info@mitmagazin.com mit dem Stichwort „Ludwig Erhard“. Den ersten fünf Einsendern geht dann ein Exemplar zu.



Reisekosten 2015

Broschur, 350 S., 39,95 Euro
ISBN 978-3-648-05983-8
Haufe Verlag

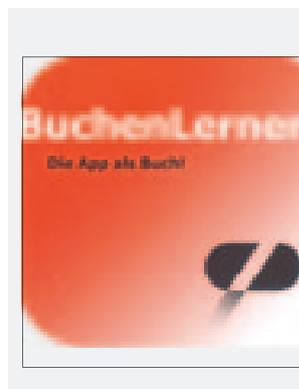
Diese DIN A 4 große Broschüre ist das Praxishandbuch, wenn es um das steuerliche Reisekostenrecht geht. Ob Inlands- oder Auslandsreise, steuerfreie Arbeitgeberstattung, Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte, doppelte Haushaltsführung oder Vorsteuerabzug aus Reisekosten – hier gibt es Antworten auf alle diese Fragen. Praxistipps zeigen außerdem Gestaltungsmöglichkeiten für Selbstständige und Freiberufler.



Vermieter-Lexikon

13. Auflage mit Mietrechtsreform
Brosch., 950 S., 34,95 Euro
ISBN 978-3-648-03518-4
Haufe Verlag

Das neue Mietrecht brachte zahlreiche Änderungen für Vermieter und Mieter. In diesem Nachschlagewerk findet vor allem der Kleinvermieter, der mit dieser Rechtsmaterie nicht alltäglich zu tun hat, wertvolle und leicht verständliche Hilfe, die einen in die Lage versetzt, den oftmals mit gefährlichem Halbwissen ausgestatteten Mitarbeitern der Mieterverbände Paroli zu bieten. Denn jeder Vermieter weiß: Mieterrecht ist Richterrecht, leider zugunsten der vermeintlichen Schwächeren, den Mietern.



BuchenLernen

Die App als Buch
Brosch., 300 S.
ISBN 978-3-00-044375-6
Verlag HPRühl

Vom Autor Hans Peter Rühl, MIT-Mitglied in Berlin, stammt die mit Abstand erfolgreichste Lern-App zum Thema „Doppelte Buchführung verständlich erklärt“. Auch bietet er einen Grundlagen-Podcast Rechnungswesen und eine YouTube-Serie zur Kosten- und Leistungsrechnung. Nun also die App als Buch für die Zielgruppe Selbstständige und Führungskräfte ohne betriebswirtschaftlichen Hintergrund. Auch Azubis, Studenten und Existenzgründer werden das Buch als hilfreiche Handreichung empfinden.



DUDEN

Briefe und E-Mails
Geb., 607 S., 18,99 Euro
ISBN 978-3-411-743032

Das Buch bietet Ratgeber und Nachschlagewerk in einem Band. Es enthält über 400 Mustertexte und Textbausteine, die man von der Duden-Verlagsseite kostenlos herunterladen kann. Das Buch klärt auch auf über die richtige Anrede in Wort und Text, vom Papst bis zum Abgeordneten und auch die Frage ob es nun „die E-Mail“ oder „das E-Mail“ heißt, wird beantwortet. Sächlich ist die E-Mail nur bei den „Volksgruppen“, die von sich behaupten, alles zu können außer Hochdeutsch.

Fair-Value-Bewertung von Schulden

Brosch., 480 S., 69,95 Euro
ISBN 978-3-503-15738-9, Erich Schmidt-Verlag

Die Fair-Value-Bewertung hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der am kontroversesten diskutierten Themen innerhalb der externen Rechnungslegung entwickelt. Dies war für Peter Lauer Grund genug, in seiner Dissertation die Bedeutung herauszuarbeiten und den Bewertungsmaßstab vor dem Hintergrund der Vorschriften des IFRS 13 kritisch zu würdigen.

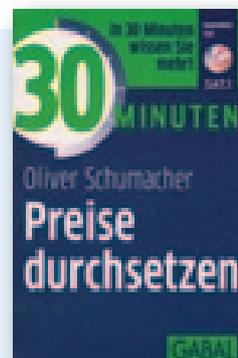
Preise durchsetzen

Oliver Schumacher
Broschüre, 100 S.
ISBN 978-3-86936-643-2
Gabal Verlag

Die meisten Unternehmer glauben, Kunden wollten immer nur die Preise drücken. Ja, stimmt das denn nicht? Nein, sagt der Autor dieses handlichen Bändchens, die meisten Kunden wollen nicht die billigste Leistung, sondern sie wollen lediglich den richtigen Gegenwert für ihr Geld. Also lautet die Konsequenz: Nicht die Preise erhöhen, sondern den Wert der Leistung in der Wahrnehmung des Kunden – auf Augenhöhe.

Verlosung

Der Verlag hat uns fünf dieser Bücher zur Verfügung gestellt, die wir gerne kostenlos und portofrei an unsere Leser weitergeben. Wer sich für eines der Bücher interessiert, schreibe eine E-Mail an info@mitmagazin.com mit dem Stichwort „Preise durchsetzen“. Den ersten fünf Einsendern geht dann ein Exemplar zu.



Zahlungspflicht für Musik und andere Ärgernisse

GEMA – diese vier Buchstaben stehen bei Unternehmern in Sachen Aufregerpotenzial zwei anderen Institutionen nicht viel nach.

**KÜNSTLER
SOZIALKASSE**

Gemeint sind die KSK (Künstlersozialkasse) und die frühere GEZ (Gebühreneinzugszentrale), umbenannt in den so harmlos klingenden „Gebührenservice“ der Rundfunkanstalten.

GEZ

Hinter der GEMA verbirgt sich die „Gesellschaft für musikalische Auführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte“. Eine mächtige Organisation, die in Deutschland die Nutzungsrechte aus dem Urheberrecht von Komponisten, Textdichtern und Verlegern von Musikwerken wahrnimmt. Grundsätzlich muss jeder, der Musik aus dem sogenannten „GEMA-Repertoire“ öffentlich wiedergibt, eine Gebühr entrichten. Dies betrifft auch viele kleinere Gewerbetreibende.

G. K.

walter auf Zahlung von Gebühren für die Weiterleitung von urheberrechtlich geschützter Musik in Anspruch. Das Oberlandesgericht Köln entschied, dass hier kein Zahlungsanspruch bestand. Zwar sei eine Weiterleitung von Rundfunksignalen über eigene Anlagen an mehrere Empfänger wie etwa in einem Hotel oder Krankenhaus gebührenpflichtig, wenn eine öffentliche Wiedergabe stattfinde. Hier werde das Signal aber nicht vom Verwalter der Ferienwohnanlage zentral empfangen, sondern von den einzelnen Wohneinheiten, aufgrund von Verträgen zwischen deren Eigentümern und dem Kabelnetzbetreiber. Der Verwalter statte die Einheiten nicht einmal mit Geräten aus. Die Vermietung einer einzelnen Ferienwohnung sei aber trotz der wechselnden Gäste nicht mit dem Betrieb eines Hotels mit vielen Zimmern zu vergleichen. Hier finde keine öffentliche Wiedergabe von Musik statt.

OLG Köln, Urteil vom 13. Juni 2014, Az. 6 U 204/13

Gebühr für Ferienwohnung?

Ein Unternehmer verwaltete eine Anlage mit Ferienhäusern und vermittelte auch Feriengäste als Mieter an die einzelnen Hauseigentümer. Die einzelnen Ferienhäuser waren Privateigentum. Jedes Haus war mit einem Kabelanschluss ausgestattet. Die Eigentümer hatten jeweils eigene Verträge mit dem Kabelanbieter. Die GEMA nahm nun den Ver-



schieden habe, dass die Wiedergabe von Musik im Wartebereich einer Zahnarztpraxis keine öffentliche Wiedergabe sei. Das Amtsgericht Düsseldorf er-

läuterte dazu: Eine Wiedergabe von Musik sei öffentlich, wenn sie für eine Mehrzahl von Mitgliedern der Öffentlichkeit bestimmt sei. Dazu gehöre jeder, der nicht mit dem Veranstalter – hier also dem Zahnarzt – persönlich befreundet oder verwandt sei. Die wartenden Patienten seien Teil der Öffentlichkeit. Da der Zahnarzt aber mit der Musik weder seinen Umsatz steigern noch Geld verdienen wolle, liege hier keine gebührenpflichtige öffentliche Musikwiedergabe vor. Die GEMA verfolgte den Anspruch in der nächsten Gerichtsinstanz weiter. Das Landgericht Düsseldorf bestätigte allerdings in vollem Umfang die Ansicht des Amtsgerichts und ließ die Kündigung gelten.

LG Düsseldorf, Urteil vom 8. Januar 2014, Az. 23 S 144/13

Gebühren für Radio beim Zahnarzt?

Ein Zahnarzt ließ in seinem Wartezimmer ein Radio laufen. Er zahlte dafür Gebühren an die GEMA. Als im Jahr 2012 die Jahresgebühr auf rund 113 Euro erhöht wurde, zahlte er nicht. Stattdessen kündigte er den Vertrag mit der GEMA, weil der Europäische Gerichtshof ent-



Foto: Pitopia

Vorsicht bei einer GbR

Gesellschafter haften mit Privatvermögen

Die Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR, auch BGB-Gesellschaft) ist die einfachste Gesellschaftsform in Deutschland. Für ihre Gründung reicht es aus, wenn mindestens zwei Personen sich zusammenschließen, um einen gemeinschaftlichen Zweck zu erreichen – wie die Gewinnerzielung mittels eines gemeinsam betriebenen Geschäfts. Es kann sich jedoch auch um einen ideellen Zweck handeln. Noch nicht einmal ein schriftlicher Gesellschaftsvertrag ist Pflicht – zu empfehlen ist er jedoch unbedingt. Bei einer GbR gibt es kein Mindeststammkapital. Gegenüber Gläubigern haftet die GbR mit ihrem Gesellschaftsvermögen, gleichzeitig haften ihre Gesellschafter mit ihrem gesamten Privatvermögen.

Haftung eines ausgeschiedenen Gesellschafters

Scheidet ein Gesellschafter aus einer GbR aus, bedeutet dies automatisch ihre Auflösung – außer im Gesellschaftsvertrag ist vereinbart, dass die Gesellschaft mit den übrigen Gesellschaftern fortbestehen soll. Für Schulden der Gesellschaft haftet der ausscheidende Gesellschafter weiter, wenn die Verbindlichkeiten vor seinem Ausscheiden schon entstanden waren und sie vor Ablauf von fünf Jahren fällig sind. Dies nennt man

auch die „Nachhaftung“. Der Bundesgerichtshof hatte sich mit einem Fall zu befassen, bei dem eine Hausverwaltung als GbR betrieben wurde. Seit 2003 hatte diese mit einem Kunden einen Vertrag über Verwalterleistungen. 2005 schied eine Gesellschafterin aus der GbR aus. 2006 wurden dem Kunden versehentlich schon bezahlte Beträge in Rechnung gestellt. Dieser bezahlte, verlangte dann aber sein Geld zurück – auch von der ausgeschiedenen Gesellschafterin.

Der BGH entschied: Die ausgeschiedene Gesellschafterin haftete für den Betrag – allerdings nicht aufgrund der Nachhaftung. Zwar sei die Verbindlichkeit vertraglich schon vor ihrem Ausscheiden begründet worden, der Vertrag habe aber nicht die erfolgte Doppelzahlung vorgeesehen, welche erst nach ihrem Austritt stattgefunden habe. Allerdings musste die Frau für den Betrag trotzdem einstehen: Denn ihr Name stand noch auf allen Geschäftspapieren und dem Kunden war von ihrem Austritt nichts bekannt. Damit haftete sie als Scheingesellschafterin. Sie hätte bei ihrem Ausscheiden also dafür sorgen müssen, dass alle Geschäftskontakte von der neuen Lage Kenntnis erhielten.

Bundesgerichtshof, Urteil vom 17. Januar 2012, Az. II ZR 197/10



Foto: Pitopia

Steuer-Tipps

Zuwendungen an Kinder für Ausbildung und Beruf

Die Zahlung des Unterhalts und Studiums durch die Eltern löst bei den Kindern keine ESt und Steuer nach dem ErbStG aus.

Wurde Kindern ein Darlehen für Ausbildungszwecke gewährt, so sieht § 13/ I/5 ErbStG eine besondere Befreiung bei Erlass im Todesfall des Erblassers vor. Wie verhält es sich mit Ausstattungen? Das sind von den Eltern den Kindern nach § 624 BGB getätigte Zuwendungen, z. B. Geldzuwendungen, Aussteuer, Errichtung eines Handwerksbetriebes, Einräumung einer extrem vorteilhaften Gesellschafterstellung. Sie bieten im Zivilrecht gegenüber Schenkungen viele Vorteile, z. B. im Pflichtteilsrecht bei der Ausgleichung. Das ErbStG unterwirft sie aber als freiwillige Zuwendungen in der Regel der Steuerpflicht. Eine wichtige Ausnahme ist z. B. der Erwerb eines Familienheims von Todes wegen (§ 13 / I/ 4c ErbStG).

Elegant ist die Gründung einer Freiberuflerpraxis oder eines Gewerbebetriebs durch die Eltern und Schenkung des Unternehmens an das Kind (§§ 13 a und b ErbStG) nach derzeit noch anwendbarem Recht.

**StB Dipl.-Kfm. W. Pfeifer,
Berlin**
www.steuerberaterpfeifer.de

Leser fragen – wir antworten

Rechtliche Themen beherrschen unseren Alltag und prägen verstärkt das Miteinander im Berufsleben. Wir wollen helfen, mehr Licht in den Paragrafen-Dschungel zu bringen. Dazu geben wir Ihnen gerne die Gelegenheit, uns Fragen zu rechtlichen Problemen zu senden. Eine kurze Mail genügt.

Aber Achtung: Wir leisten keine individuelle rechtliche Beratung. Die erhalten Sie bei Ihren Rechtsanwältinnen und Fachanwältinnen vor Ort.

Registervollmacht darf nicht zu alt sein

Eine übliche firmenrechtliche Gestaltung ist die einer GmbH & Co. KG. Dies gilt nicht nur für eine praktikable Gestaltung im Rahmen der Unternehmensnachfolge, zum Beispiel innerhalb der Familie. Gerade und auch bei Großprojekten mit einer Vielzahl von Geldgebern wird diese Gestaltungsform gerne gewählt. Die Kommanditisten können relativ unproblematisch wechseln, ihre Anzahl sich erhöhen oder auch die Höhe der Beteiligung geändert werden.



Damit aber nicht immer alle Kommanditisten die erforderlichen Anmeldungen zum Handelsregister unterschreiben müssen, wird oftmals mit Vollmachten gearbeitet. Eine Person wird bevollmächtigt und berechtigt, sämtliche Veränderungen im Gesellschafterbestand für alle Kommanditisten beim

zuständigen Amtsgericht (Handelsregister) anzumelden. Dabei muss sich der Bevollmächtigte natürlich mit der erteilten Vollmacht ausweisen. Dazu hat das Oberlandesgericht Karlsruhe nun in einem Beschluss Grundsätze zur Wirksamkeit einer solchen „Registervollmacht“ aufgestellt.

Maßgeblicher Zeitpunkt für das Bestehen der Vertretungsmacht ist gemäß allgemeinen bürgerlich-rechtlichen Regeln derjenige der Abgabe der Registeranmeldung. Die Vollmacht muss also noch gültig sein. Ob die vorgelegte Vollmacht zum maßgeblichen Zeitpunkt der Registeranmeldung noch bestand, darf das Gericht von Amts wegen ermitteln. Bei Anwendung des Amtsermittlungsgrundsatzes gilt jedoch, dass nähere Nachforschungen zum Fortbestehen der Vertretungsmacht nur dann anzustellen sind, wenn es einen begründeten Anlass zu Zweifeln gibt. Ist seit der Erteilung der Vollmacht kein allzu langer Zeitraum verstrichen, besteht kein Anlass zu solchen Zweifeln. Dagegen stellt ein erheblicher Zeitablauf einen Anlass für weitere Nachforschungen dar. Im zu entscheidenden Fall waren die Vollmachten zwischen 40 und acht Jahre alt. Eine derartige Zeitspanne kann nach Auffassung des Gerichts nicht mehr als „nicht allzu langer Zeitraum“ angesehen werden. Die Vollmachten müssen neu erstellt werden.

Das ging ins Auge!

In der letzten Ausgabe „Recht im Gespräch“ berichteten wir von erlaubten und unerlaubten Werbemaßnahmen der Rechtsanwälte. Hierzu ist eine Ergänzung unbedingt erforderlich.



Foto: Vladimirkolensky/fotolia

Sachlichkeitsgebot kontra Eyecatcher in der Anwaltswerbung

Im Grundsatz darf die Anwaltschaft Werbeanzeigen und andere Werbemaßnahmen nutzen, wenn sie dabei stets das Sachlichkeitsgebot im Blick hat. Ein Rechtsanwaltskollege war offensichtlich mit dieser eindeutigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs nicht vertraut. Er verteilte Pin-Up-Kalender an potenzielle Mandanten, was ein anwaltsgerichtliches Verfahren nach sich zog. Der zuständige Kölner Anwaltsgerichtshof ist zu der Feststellung gelangt, dass eine solche Werbemaßnahme plakativ reklamehaft und auf Effekthascherei ausgerichtet ist. Letztendlich verletzt sie klar das Sachlichkeitsgebot. Dem kann nur zugestimmt werden!

Unsere Bewertung im besten Facebookdeutsch: #kopfschüttel

Schreiben Sie uns:
rechtsfragen@mitmagazin.com



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

AUDI A7 SPORTBACK

Foto: AUDI AG



Der AUDI A 7 Sportback ist eine Oberklasse-Kombination aus Limousine und Sportcoupé

Ästhetische Athletik, emotionales Design, sportlicher Charakter und innovative Technologie: Der überarbeitete Audi A7 Sportback bringt die Stärken eines Coupés, einer Limousine und eines Avant zusammen.

Design, Karosserie und Innenraum

Der große Fünftürer erregt im Straßenbild Aufsehen – seine flache, dynamische Dachlinie und das scharf abgeschnittene Heck verleihen ihm den Charakter eines Coupés. Die LED-Technologie ist Serie, optional gibt es Matrix LED-Scheinwerfer, die die Straße seitlich und nach oben ausleuchten, ohne andere Verkehrsteilnehmer zu blenden.

Die Karosserie des Audi A7 Sportback besteht, wie bei der Ingolstädter Auto-Schmiede üblich, in weiten Teilen aus Aluminium und High-tech-Stählen, sie ist sehr leicht und auf Geräuschkomfort ausgelegt. Der Gepäckraum unter der langen, elektrisch angetriebenen Klappe fasst im Grundmaß 535 Liter, durch Umlegen

der Fondlehnen kommt er auf 1.390 Liter: Genügend Platz auch für größere Koffer oder Golfbags.

Antrieb

Audi bietet den A7 Sportback mit einer in weiten Bereichen überarbei-

teten Motorenpalette, die zwei Ottomotoren und fünf TDI umfasst, mit Ausnahme des 2.0 TFSI handelt es sich um Sechszylinder. Die kraftvollen Aggregate leisten zwischen 160 kW (218 PS) und 245 kW (333 PS) und bestechen durch ihre Effizienz. Wer nicht ganz so zülig, dafür aber sparsam unterwegs sein möchte, sollte zum 3.0 TDI ultra greifen. Er ist mit einem Frontantrieb ausgestattet, was sich günstig auf den Verbrauch auswirkt.

Infotainment und Assistenzsysteme

Auf Wunsch liefert Audi ein ausgeklügeltes Navigationssystem mit Infotainmentbaukasten samt Internet-Anschluss und Karten-Update an Bord für die Navi. Das Angebot an Audio-Bausteinen reicht bis zum Sound-System von Bang & Olufsen, das 15 Lautsprecher mit mehr als 1.200 Watt Leistung ansteuert. Die Assistenzsysteme bieten den in dieser Klasse üblichen und neuesten Stand der Technik.

Die Preise für den A 7 liegen zwischen 55.000 und 82.000 Euro. G. K.



Auch die rückwärtigen Passagiere finden ein (fast) normales Platzangebot wie in einer Limousine



Mehr Mut zum Gründen

Der Seriengründer Finn Hänsel und der Bundestagsabgeordnete Mark Hauptmann haben einiges gemein: Beide sind gründungserfahren, politisch engagiert und fordern einen neuen Gründergeist in Deutschland. In einem Land, in dem sich nur fünf Prozent der Studenten selbstständig machen wollen und über dreißig Prozent eine Beamtenkarriere vorziehen, kein leichtes Unterfangen.

Der amerikanische Wagniskapitalgeber Ben Horowitz sagte im Spiegel: „Deutschland ist so risikoscheu, es ist lächerlich.“ Zu Recht?

Finn Hänsel: Die mangelnde Risikobereitschaft in Deutschland ist ein großes Problem. Zum einen hält es viele fähige junge Menschen davon ab, den Weg in die Selbstständigkeit zu wagen. Zum anderen zögern viele potentielle Investoren vor dem Unbekannten. Scheitern wird hierzulande viel zu sehr als Fehler und Inkompetenz gewertet. An anderen Orten probiert man aus und falls der Erfolg ausbleibt, startet man neu. Deutsche

streben nach Sicherheit und das wird anders als etwa in den USA bereits in der Schule vermittelt.“

Mark Hauptmann: Und das ist wo wir ansetzen müssen. Bereits in den Schulen. Damit der Mut zur Unternehmensgründung wächst und Skepsis abgebaut wird, brauchen wir einen Markt der Möglichkeiten an Schulen. Firmen müssen die Chance erhalten, sich dort zu präsentieren. Aber auch das Angebot von Berufsmessen muss von Schulklassen mehr wahrgenommen werden. Es muss ein Bewusstsein geschaffen werden, dass junge Menschen ihre innovativen Ideen auch als Startup-Unternehmen erfolgreich verwirklichen können.

Und wo können unsere Universitäten besser werden?

Hauptmann: In Südindien habe ich die Madras Universität in Chennai besucht. Dort versteht sich die Universität als Schnittstelle zwischen gründungswilligen Studenten. Die Interessen und Fähigkei-

ten all dieser Studenten werden über einen Pooling-Prozess gefiltert. Es werden verschiedene Labs mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten und Technologieansätzen etwa zu Greentech, LifeScience, App-Entwicklung usw. errichtet. Über das Pools entstehen Gruppen, deren Interessen und Talente perfekt zusammenpassen und eine gute Basis für ein Gründungsteam bieten. Ähnliches würde ich mir an deutschen Hochschulen viel mehr wünschen.

Hänsel: Und die Universität muss sich stärker noch als Mittler zwischen potentiellen Gründern, Wirtschaft und Wagniskapitalgebern verstehen. Es muss doch auch das Interesse einer Universität sein, dass das nächste Facebook bei ihr im Hörsaal seinen Anfang genommen hat. An vielen Universitäten sind in den vergangenen Jahren erfolgreich Gründerzentren entstanden. Aber davon brauchen wir noch mehr.

In anderen Ländern steht im Vergleich zu Deutschland mehr als das zehnfache an Wagniskapital bereit. Was kann getan werden?

Hänsel: Den professionellen Wagniskapitalgebern muss die Entscheidung überlassen bleiben, in welche Startups man



investiert. Aber warum orientiert man sich nicht an Ländern wie Israel, wo jeder investierte Dollar durch einen staatlichen Zuschuss flankiert wird. Man könnte in Deutschland für jeden investierten Euro aus der Privatwirtschaft einen staatlichen Euro on Top geben.

Hauptmann: Wir brauchen mehr Transparenz bei den staatlichen und privaten Fördermöglichkeiten. Jeder Gründer sollte auf einen Blick sehen können, welche Unterstützung an seinem Standort von Privaten von seiner Kommune, vom Bundesland und vom Bund bereitsteht. Zudem hat der Bundestag bereits die Mittel ausgebaut, um dem Gründergeist unter die Arme zu greifen. Aber auch hier ist noch Luft nach oben für gezielte Startup-Förderprogramme.

Mit über 65.000 Patentanmeldungen war Deutschland 2014 Europameister. Das Potential für Innovationen ist also vorhanden?

Hauptmann: Deutschland hat die weltbesten Ingenieure und die deutsche Forschungslandschaft liegt im internationalen Vergleich ganz weit vorn. Aufgabe der Politik ist es, den Rahmen zu schaffen, dass dies so bleibt und die guten Fachkräfte nicht ins Ausland abwandern. Und er-

forderlich ist ein Mentalitätswandel beim Umgang mit neuen technologischen Möglichkeiten. Eine unserer Schlüsselindustrien ist die Automobilwirtschaft. Das erste fahrerlose Auto hätte auf deutschem Boden konzeptioniert und umgesetzt werden müssen. Aber während wir in Europa auf die Erfolge der Vergangenheit blicken und uns selbst beim Datenschutz nicht einigen können, laufen uns andere Nationen davon.

Hänsel: Erschwerend kommt hinzu, dass in den Schubladen vieler deutscher Hochschulen und Forschungseinrichtungen vermutlich milliardenschwere Innovationsschätze liegen. Diese müssen gehoben werden. Denn allein Patent-Weltmeister wird nicht reichen. Die

Erfinderungen müssen in kommerzielle Ideen umgesetzt werden.

Was sind Eure Tipps für junge Gründer?

Hänsel: Einfach mal machen. Man muss das umsetzen, wofür man eine Passion hat und woran man selbst glaubt. Dann geht man auf die Suche nach Investoren. Wer zögert und zaudert, kommt nicht weit.

Hauptmann: Wer eine Vision hat, sollte da dran bleiben. Wer Hilfe braucht, findet diese im Privaten ebenso gut wie auf den zahlreichen Plattformen für Startups, über die Beratungs-Förderhilfen von Kommunen, Bund und Ländern sowie über die Hilfestellungen der Wagniskapitalfonds.

Die Fragen stellte Astrid Jantz



Finn Hänsel war bis 2014 Geschäftsführer des Pro7Sat1-Inkubators Epic und ist Co-Gründer von THE ICONIC, Australiens größtem Modehändler. Davor arbeitete Finn Hänsel als Projektleiter. Er hat einen MBA-Abschluss, einen Master of Science in General Management und ein Graduiertendiplom der Universität Auckland, Neuseeland. Hänsel ist MIT-Mitglied und Mitglied der Kommission Digitale Wirtschaft.



Mark Hauptmann ist Politikwissenschaftler und seit 2010 Lehrbeauftragter an den Thüringer Universitäten Erfurt und Jena. Er gründete das Kommunikationsunternehmen Kairos Communication, dessen Geschäftsführer er bis 2013 war. Seit Oktober 2013 ist Mark Hauptmann direkt gewähltes Mitglied des Deutschen Bundestages und ordentliches Mitglied im Ausschuss für Wirtschaft und Energie.



MIT MITTELSTANDS- UND
WIRTSCHAFTSVEREINIGUNG
DER CDU/CSU



MIT ... in den Medien

„Wir brauchen für die europäische Währungsunion eine Insolvenzordnung, einen Fahrplan, wie man mit überschuldeten Staaten umgeht.“

Carsten Linnemann, 14. März 2015, Rheinische Post

„Ich bin nach wie vor skeptisch. Ich denke, das war eine vertrauensbildende Maßnahme, aber wir haben viele Gespräche erlebt, entscheidend sind die Taten.“

Carsten Linnemann zum Besuch des griechischen Ministerpräsidenten Alexis Tsipras in Berlin, 23. März 2015, Tagesthemen (ARD)

„Die Idee ist ein Stück aus dem Tollhaus. Schlimmstenfalls würde der Kohlestrom, der bislang in deutschen Kraftwerken produziert wurde, aus ausländischen Kohlekraftwerken ersetzt“.

Carsten Linnemann zum „nationalen Klimabeitrag“, 26. März 2015, General-Anzeiger

„Wir reden seit Jahrzehnten über Demografie. Jetzt sollten wir den Mut aufbringen, auch Nägel mit Köpfen zu machen.“

Carsten Linnemann zum Thema Flexi-Rente, 28. März 2015, DER SPIEGEL

„Wir müssen diesen älteren Arbeitnehmern mehr Freiraum schaffen, eigenverantwortlich den Übergang vom Arbeitsleben in den Ruhestand zu gestalten. Die Einführung der Flexi-Rente im vergangenen Jahr war ein wichtiger erster Schritt hin zu mehr Flexibilität und Selbstbestimmung in der späten Phase des Erwerbslebens.“

Carsten Linnemann, 1. April 2015, WELT ONLINE

„Wir müssen mehr Anreize schaffen, dass erfahrene Arbeitnehmer, die weiterarbeiten können, dies auch tun. Dazu müssen wir den vom Bundespräsidenten eingeforderten Mentalitätswechsel herbeiführen.“

Carsten Linnemann, 1. April 2015, DIE WELT

„Wir sind in einer entscheidenden Phase der Euro-Rettung, da brauchen wir kritische Köpfe.“

Carsten Linnemann zum Rücktritt von Peter Gauweiler, 1. April 2015, Rheinische Post

„Wir dürfen denen, die weiterarbeiten wollen, keinen Knüppel in den Weg legen. Gleichzeitig aber müssen wir für diejenigen da sein, die aus Altersgründen nicht mehr arbeiten können.“

Carsten Linnemann, 2. April 2015, Neue Westfälische



Der Bundesvorsitzende unterwegs...

11.05.2015, 18:00 Uhr

Wirtschaftsbeirat Bayern

„Die große Koalition und ihre Mittelstandspolitik – was darf der Mittelstand noch erwarten?“

München

12.05.2015, 15:00 Uhr

MIT Bundesverband

Startup-Interaction MIT:FUTURA

Berlin

16.05.2015, 11:00 Uhr

MIT Gelsenkirchen

„Deutschland am Scheideweg – wohin steuert unsere Wirtschaftspolitik?“

Gelsenkirchen

20.05.2015, 14:10 Uhr

ULA – United Leaders Association,

Sprecherausschusstag

„Wo bleibt die Wirtschaft in der großen Koalition?“

Berlin

22.05.2015, 16:00 Uhr

MIT BV Bergisches Land, Preisverleihung „Bergischer Löwe 2015“

„Wirtschaftspolitik in Deutschland – Antworten der MIT“

Düsseldorf

28.05.2015, 18:30 Uhr

MIT Groß-Gerau, Ehrung des Preisträgers „MIT-Mittelstandspreis 2014“

„Wirtschaftspolitische Perspektiven für ein starkes Deutschland“

Groß-Gerau

29./30.05.2015

MIT Bundesverband

Klausurtagung des Bundesvorstands

Warnemünde

Wohin steuert unsere Wirtschaftspolitik?

Bei der gemeinsamen Veranstaltung der MIT und der CDU Bremen war der MIT-Bundesvorsitzende Dr. Carsten Linnemann, MdB, als Hauptredner zu Gast. Weiterhin konnten

der CDU-Landesvorsitzende Jörg Kastendiek, MdBB, und Elisabeth Motschmann, MdB, begrüßt werden. Linnemann sprach zum Thema: Deutschland 2015 – Wohin steuert

unsere Wirtschaftspolitik? Er ging neben der Rente mit 63 und dem Mindestlohn auch auf die griechische Schuldsituation und die Perspektive der EU ein.

MIT Bremen

Die Mitglieder der MIT Bremen-Stadt und Bremen-Nord haben Kai Stadie (Foto rechts) als Kreisvorsitzenden und Marcus Neuhaus als Stellvertretenden Kreisvorsitzenden bestätigt. Beisitzer sind unverändert Michael Busch, Jörn Krauskopf und Heinz Stoffels. Claas-Tido Zypress verstärkt als neuer Beisitzer den MIT-Kreisvorstand.

Fachkräfte fördern, fordern und sichern



Bis 2030 fehlen in Rheinland-Pfalz 80.000 Fachkräfte, mit Schwerpunkt in den technischen Berufen. Dieses Problem stand im Mittelpunkt des Forums der MIT Rhein-

land-Pfalz in Ludwigshafen. Experten aus Unternehmen, Kammern der Wirtschaft, Arbeitsverwaltung, Bildung und Politik diskutierten über mittel- und langfristige Maß-

nahmen zur Fachkräftesicherung. „Die Zeit läuft“, mahnte der MIT-Landesvorsitzende Gereon Haumann (Foto 5.v.l.).

Unternehmensbesuch



Die MIT Wolfenbüttel veranstaltete mit 40 Mitgliedern einen Unternehmensbesuch bei der Firma Zogel. Der Sanitärausstatter stellte neue LED-

Technik fürs Bad, berührungslose Bedienungsmöglichkeiten und Möglichkeiten stromsparender Beleuchtung vor.

Besuch beim Spezialisten für Verladerampen



Etwa alle zehn Jahre ist eine Firmenerweiterung erforderlich, denn die Verladerampen der Butt GmbH in Großenkneten sind stark gefragt. Davon haben sich Mitglieder der MIT Oldenburg-Land jüngst bei ihrer Betriebsbesichtigung überzeugen können, die die Vorsitzende Astrid Grotelü-

schen, MdB, initiiert hatte. Seniorchef Hans-Jochen Butt und seine in der Geschäftsführung aktiven Söhne Henning und Hans-Jörg zeigten auf, dass die Stärken des 80 Mitarbeiter umfassenden Unternehmens in der Entwicklung kundenspezifischer Technik liegen.

MU Rosenheim in Tirol



Vorstandsvorsitzender Reiner Schulz und Anja Schatt-Steiner, Geschäftsführerin der Schatt Holding GmbH (Mitte), stellten das Unternehmen vor

Die Mittelstands-Union der CSU Rosenheim will künftig nicht nur eine Plattform für Unternehmer in der Region sein, vielmehr sollen nun auch bestehende Kontakte ins benachbarte Tirol vertieft und ausgebaut werden. Premiere feierte das neue Vorhaben nun im Rahmen einer Betriebsbesichtigung bei der Firma Schattdecor AG in Thansau, wo sich die Unter-

nehmer der MU und eine stattliche Abordnung von Unternehmern der Wirtschaftskammer Tirol zu einem Kennenlernen und Austausch einfanden. Reinhard Bauer, der Vorsitzende der MU Rosenheim und der Bezirksobermann der Wirtschaftskammer Kufstein, Martin Hirner, waren sich einig: „Eine tolle Veranstaltung, die eine Fortsetzung verlangt.“

60 Jahre Ingrid Weindl



Die Mittelstands-Union gratuliert Ingrid Weindl zum 60. Geburtstag! Die Oberpfälzer Bauunternehmerin ist MU-Vorsitzende in Cham im Bayerischen Wald und Mitglied des MU-Landesvorstandes (auf dem Foto mit dem bayerischen

Finanzstaatssekretär Albert Füracker, MdL).

MU Passau in Prag



Die MU Passau in der Bayerischen Repräsentanz in Prag

Die Bayerische Repräsentanz in Prag ist erst seit wenigen Monaten eröffnet, da machten sich schon Vertreter der Mittelstandsunion Passau auf den Weg, um die bayerische Vertretung in der tschechischen Landeshauptstadt zu besuchen: „Als Mittelstandsunion sehen wir unsere Aufgabe darin, die Interessen der bayerischen Unternehmer in der Politik zu vertreten“ – und Tschechien ist sehr eng an die deutsche und insbesondere die bayerische Wirtschaft gekoppelt, betonte Klaus Fiedler, der Vorsitzende der Mittelstandsunion Passau.

Klausur der MU Oberbayern



Bei der Klausurtagung der MU Oberbayern in Oberaudorf bereiteten und diskutierten die Teilnehmer mit Angela Inselkammer vom Brauereigasthof Aying, Vizepräsidentin der Dehoga und Klaus Stöttner, MdL, Tourismuspolitischer Sprecher der CSU-Fraktion im Landtag, zu den Themen Tourismus, Mindestlohn, Erbschaftsteuer und Weiterentwicklung der Urlaubsregion

Oberbayern. Am zweiten Klausurtag stand das Thema „TTIP“ auf dem Programm. Gesprächspartner waren MU-Landesvorstandsmitglied Dr. Andreas Lenz, MdB, Mitglied im Ausschuss für Wirtschaft und Energie des Bundestags und Frank Dollendorf von der IHK München. Das Foto zeigt die Teilnehmer mit dem Vorsitzenden Alexander Radwan, MdB (5. v. r.).

Hans Michelbach: „Endlich mehr Freiheit wagen“

MU-Landesvorstand steckt auf Klausurtagung Positionen ab

Einen Kurswechsel in Deutschland hin zu mehr Freiheit und Eigenverantwortung forderte der Landesvorstand der MU auf seiner Klausurtagung in Anif bei Salzburg: „In Deutschland kommt die Entwicklung der sozialen Marktwirtschaft immer mehr in Gefahr. Unter dem Druck der Sozialdemokraten wird immer mehr verregelt und verriegelt. Mit diesem Kurs können Wachstum und Arbeitsplätze in Deutschland nicht gesichert werden. Wir müssen endlich wieder mehr Freiheit wagen“, sagte der MU-Vorsitzende Dr. h.c. Hans Michelbach, MdB. Er verlangte einen Belastungsstopp für Mittelstand und Mittelschicht. Im Mittelpunkt der Kritik standen vor allem die stetig wachsenden Bürokratielasten der Betriebe, eine immer stärkere Einmischung des Staates in Kernbereiche der Unternehmen sowie die Erbschaftsteuerpläne. Letztere gingen weit über die Forderungen des Bundesverfassungsgerichts hinaus. Sie stellten eine Gefahr für den Bestand mittelständischer Betriebe und deren Arbeitsplätze dar.

Externe Gäste der MU waren Salzburgs Landeshauptmann Dr. Wilfried Haslauer, Wirtschaftsstaatssekretär Dr. Harald Mahrer aus Wien und der Generalsekretär des Österreichischen Wirtschaftsbundes, Peter Haubner. Dr. Thomas Petersen vom Institut für Demoskopie Allensbach erörterte die öffentliche Meinungslage zum Thema Freiheit und Gleichheit in Politik und Gesellschaft.

Die MU legte Eckpunkte für ein von MU-Vize Peter Götz erarbeitetes Steuerkonzept „MU 2020“ vor. Weitere Beschlüsse traf der Vorstand zur Energie- und Wohnungspolitik (Dr. Thomas Geppert) sowie zur Flexi-Rente und Anti-Stress-Verordnung (Katrín Albsteiger, MdB, mit Dr. Andreas Lenz, MdB, und Rupert Mößner). Der Vorstand beschloss schließlich Leitlinien zur Entbürokratisierung mit einer Sunset-Regelung (Ablaufklausel) für Gesetzesverordnungen und einem Mittelstands-TÜV. Die MU gab sich ein neues Leitbild MU 2020 zum Selbstverständnis und zur weiteren Verstärkung der Verbandsarbeit. Mit dem Beschluss „Mehr Freiheit wagen!“ nimmt die MU als erste Arbeitsgemeinschaft in der CSU Stellung zum neuen Grundsatzprogramm der Partei, dessen erster Entwurf in Anif vom Leiter der Grundsatzkommission Markus Blume, MdL, vorgestellt wurde. Sämtliche Beschlüsse des MU-Vorstandes sind zu finden auf www.mu-bayern.de.



Hans Michelbach mit Salzburgs Landeshauptmann Wilfried Haslauer und MU-Vize Peter Götz (von links)



Deutsch-österreichisches Treffen: (von links) MU-Vize Bernhard Kösslinger, MU-Vorsitzender Hans Michelbach, Peter Haubner, Generalsekretär des Österreichischen Wirtschaftsbundes, Wirtschaftsstaatssekretär Harald Mahrer, MU-Vize Thomas Schmatz und MU-Vize Peter Götz



MU-Vorständler Andreas Lenz mit Katrin Albsteiger und Thomas Geppert (von links)



Zu TTIP berichteten MU-Vorständler Andreas Lenz, Siegmund Kühn und Mechthilde Wittmann (von links)

Plädoyer für ordnungspolitische Disziplin



Der langjährige MIT-Bundesvorsitzende Dr. Josef Schlarmann war mit seiner Frau Barbara besonderer Gast der 18. „Gespräche MIT Genuss“ der MIT Lüneburg. Etwa 25 Mitglieder und Gäste folgten der Einladung des MIT-Kreisvorsitzenden Peter Luths. Schlarmann sprach

über die aktuelle Europa- und Wirtschaftspolitik. Er mahnte: „Der Staat hat stets nur den Rahmen zu setzen, in dem sich die Wirtschaft frei zu entfalten hat.“ Die Wirtschaft wiederum sei ein lebendiger Organismus, nicht etwa ein mechanisches Wesen, an dem man beliebig

mit voraussehbaren Folgen manipulieren könne. Schlarmann sieht aktuelle Entwicklungen von den Auswirkungen der Mindestlohnregelungen über die Energiewende bis zur Quotenregelung kritisch, weil durch zu starke Regulierung die Kräfte des Marktes erstickt würden.

Jahresempfang der MIT Ahrweiler

Zahlreiche Gäste waren der Einladung des Vorsitzenden der MIT Ahrweiler, Josef Nietzen zum Jahresempfang nach Klostermarienthal gefolgt. Besondere Gäste waren Mechtild Heil, MdB, MIT-Landesvorsitzender Gereon Haumann und Landrat Dr. Jürgen Pfähler. Die Rede hielt der Bundestagsabgeordnete Patrick Schnieder.

Jahresempfang der MIT Wiesbaden



Der Wiesbadener MIT-Vorsitzende Dr. Reinhard Völker (Foto z.v.l.) konnte auf dem MIT-Jahresempfang den MIT-Bundesvorsitzenden Dr. Carsten Linnemann, MdB (Foto rechts), begrüßen. Weitere Gäste waren der hessische MIT-Landes-

vorsitzende Frank Hartmann, Astrid Wallmann, MdL (Foto z.v.r.), der Mainzer MIT-Vorsitzende Gerd Schreiner, MdL, der CDU-Kreisvorsitzende Dr. Oliver Franz (Foto links) und der CDU-Ratsfraktionsvorsitzende Bernhard Lorenz.

Neugründung der MIT Bad Salzuflen



Mit neuem Schwung und einem neuen Vorsitzenden startet die MIT Bad Salzuflen. Der neue Vorsitzende Jan Gellrich (Foto rechts) sowie sein Stellvertreter Volker Heuwinkel (Foto links) konnten bereits am Grün-

dingsabend erste Neueintritte verzeichnen. Geladen hatten die MIT Lippe und ihr Kreisvorsitzender Uwe Vieregge (Foto z.v.r.) in das Unternehmen POS Tuning, dem Weltmarktführer für Warenvorschubsysteme.

Modernisierungsfahrplan verabschiedet



Für die Klausurtagung des MIT-Landesvorstandes Sachsen konnte der MIT-Landesvorsitzende Dr. Markus Reichel den Staatsminister für Umwelt und Landwirtschaft, Thomas Schmidt, MdL, als Gesprächsgast gewinnen, der auch MIT-Mitglied ist. Im Rahmen der Tagung wurde der „Modernisierungsfahrplan für Sachsen“

verabschiedet. Wesentliche Kernforderungen sind etwa ein effizienter Technologietransfer und Minimierung von Markteingriffen in den Energiemarkt durch den Freistaat.

MIT Lüneburg

Die MIT Lüneburg hat ihren Vorstand im Amt bestätigt: Peter Luths als Vorsitzender, Volker Bergmann sowie Joachim Schlarman als seine Stellvertreter, Carmen Hansen als Schatzmeisterin und Max Manzke als Schriftführer. Der geschäftsführende Vorstand wird unterstützt von den Beisitzern Wolfgang Kuhn, Patrick Pietruck, Dr. Stefan Porwol, Monika Scherf, Kersten von Borgstede und Manuela Vossenber. Christian Köpcke und Lars Volkmann prüfen die Kasse.

MIT Rhön

Der Vorsitzende Lothar Schreiber wurde einstimmig wiedergewählt. Jürgen Diener bleibt stellv. Vorsitzender und Katharina Schulta-Vogler wurde als Schriftführerin gewählt. Der Verband Rhön konnte in den letzten zwei Jahren 17 neue Mitglieder gewinnen.

MIT Hessisches Kegelspiel

Die Mitglieder der MIT aus Burghaun, Eiterfeld, Hünfeld und Rasdorf wählten Jürgen Weber erneut zum Vorsitzenden der MIT Hessisches Kegelspiel. Als Stellvertreter wurden Mario Jahn und Mathias Rauschenberg, als Schrift-

führerin Marita Weisz und als Beisitzer Dieter Klüber, Sebastian Ebert, Mario Jahn und Josef Vogt gewählt.

MIT Eichenzell

Andreas Blaschke wurde als Vorsitzender der MIT Eichenzell bestätigt. Als seine Stellvertreter wurden Hans Hanne und Helge Kolb, als Schriftführer Edwin Balzter und als Beisitzer Barbara Klöppner, Rüdiger Neidert, Winfried Fröhlich, Frank Brüssow, Mathias Hehn und Claus Ullrich gewählt.

MIT Großenlüder-Bad Salzschlirf

Auf der Mitgliederversammlung wurde Luzia Bickert zur neuen Vorsitzenden gewählt. Weitere bekannte Mittelständler stehen ihr bei der Vorstandsarbeit zur Seite: Martin Himmelmann als stellvertretender Vorsitzender sowie Maria Erb, Bernhard Klitsch, Friedrich Meister und Markus Schwarz als Beisitzer.

MIT Petersberg

Die Mitglieder der MIT Petersberg haben Rolf Krüger als ihren Vorsitzenden wiedergewählt. Stellvertreter wurde Andreas Kapp und Beisitzer Stefan Darnieder, Winfried Schäfer und Thomas Kircher.

MIT Wilhelmshaven

An die Spitze der MIT Wilhelmshaven wählten die Mitglieder den bisherigen Vorsitzenden Heiko Eibenstein. Neuer Stellvertreter ist der Jungunternehmer Sascha Bechthold. Als Schatzmeister stellte sich Olaf Werner erfolgreich zur Wahl und mit Andreas Irtz bleibt der bisherige Schriftführer weiterhin im Amt. Als Beisitzer wurden Peter Jaspers, Ulf Bergelt und Uwe Heinemann gewählt. Foto (v.l.n.r.): Andreas Irtz, Peter Jaspers, Sascha Bechthold, Heiko Eibenstein und Olaf Werner.

MIT Main-Taunus-Kreis

Neuer und alter Vorsitzender der MIT Main-Taunus-Kreis ist Dr. Markus A. Bock. Stellvertretende Vorsitzende wurden Dr. Vinzenz Bödeker, Dr. Dr. Rolf Glazinski und Phillip Zimmer. Neuer Schriftführer ist Friedrich Fabri. Zu Beisitzern wurden Alexandra Glazinski, Reinhold Christmann, Frank Haas, Marcus Michel, Hans-Peter Witschel und Gerhard Feege gewählt.

Es wird einsam um Siggi Pop

Sigmar Gabriel hatte es in der SPD am leichtesten als er als einziges bedeutendes Amt das des Popbeauftragten der SPD innehatte und ihn alle noch vergnüglich „Siggi Pop“ riefen. Das ist jetzt zehn Jahre her. Gut fünf Jahre ist er jetzt schon SPD-Parteivorsitzender und muss allmählich schmerzhaft erfahren, wie man auch in der SPD das Wort „Feind“ steigert: nämlich Feind – Todfeind – Parteifreund.

Dass ihm seine Generalsekretärin regelmäßig in den Arm fällt und zu meist die Ahnungslose mimt, wenn sie auf Äußerungen ihres Vorsitzen den angesprochen wird, mag ja noch angehen. Auch an die regelmäßigen Rempelen seines Parteivizes Ralf Stegner, zumeist zum Wochenende, hat man sich gewöhnt.

Nun hat sich auch noch Torsten Albig, der sonst eher trübe SPD-Ministerpräsident von Schleswig-Holstein dem „Gabriel bashing“ angeschlossen. Bis man wieder Autogrammkarten eines sozialdemokratischen Kanzlers verteilen könne, müsse man wohl noch eine Weile warten, vertraute er der Zeitung „Die Welt“ an. Kanzlerin Angela Merkel verkörpere „geradezu idealtypisch“, was die Deutschen sich in dieser Rolle erwarteten. Es sei schwer, gegen diesen Idealtypus eine Wahl zu gewinnen, analysierte Albig und referierte damit parallel genau die Lage in der Demoskopie.

Nur 12 % der Deutschen würden Gabriel zum Kanzler wählen, mit abnehmender Tendenz. 61 % dagegen möchten Angela Merkel im Amt bestätigen. Viele in der SPD empfinden den eigentlich ganz sympathischen

Siggi, der zwar ziemlich geräuschlos seine Rolle als Vizkanzler ausfüllt aber als potenzieller Gegenkandidat der Kanzlerin ausfällt, als Hemmschuh. Demoskopisch kommt nämlich die SPD ebenso wenig aus dem Knick wie ihr Kanzlerkandidat: 42 % CDU, 23 % SPD, 10 % Grüne, 9 % Linke, 6 % AfD und 4 % FDP. Keine Chance also für eine SPD-geführte Koalition, nicht einmal unter Einbeziehung der Linken. Angela Merkel könnte sich ihren Koalitionspartner aussuchen...

Schlagzeilen wie diese müssen Gabriel beunruhigen: „Warten auf 2021“ (FAZ 30.3.15) oder „Erste Zweifel an Kanzlerkandidatur Gabriels“ („Die Welt“ 3.4.15). Harte Zeiten für den Wirtschaftsminister, der auch für den Mittelstand in Deutschland zuständig ist. Dass sich diese Zuständigkeit auch in Zuwendung ausdrücken könnte, hat der Mittelstand bisher nicht bemerkt.

Im Gegenteil. Es tritt offenbar wieder eine Eigenschaft des Vizkanzlers und SPD-Vorsitzenden hervor, die seine Partei schon lange irritiert, die er aber wohl unter Kontrolle gebracht zu haben schien: Er macht sich rar. Auf lange Sicht nimmt er zahllose Termine an, wenn's drauf ankommt, kneift er jedoch.



Günter F. Kohl ist Chefredakteur und Verleger des MittelstandsMagazins

IMPRESSUM **MittelstandsMagazin**

Herausgeber

Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU
Charitéstraße 5, 10117 Berlin

Verlag

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

Chefredakteur

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

MIT-Inside

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

Redaktion Recht

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

Titelfoto

Als Roboter verkleidete Menschen auf der Hannover Messe
dpa/ picture alliance

Anzeigen

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

Anzeigenverkauf

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

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

Satz und Layout

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

Druck

Frank Druck GmbH + Co KG
Industriestraße 20, 24211 Preetz / Holstein

Bezugsbedingungen

MIT MittelstandsMagazin erscheint zehnmal jährlich.

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

ISSN 0932-3325

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



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



Leser schreiben

Zu: Leserbrief von Ernst K. Jungk, Mittelstands-Magazin 4-2015

Die Äußerungen von Herrn Jungk sollen und dürfen so nicht unwidersprochen stehen bleiben. Der entscheidende Punkt beim Thema Energiewende sind doch die Brennelemente, der ganze Atom-Müll und die nicht vorhandenen Endlager. Endlager, die sicher sind und von denen absolut keine Gefahr mehr ausgeht, auch nicht in Jahrhunderten! Lager für diesen Zweck werden seit Jahren gesucht, aber immer noch nicht gefunden. Was wir aber wissen, ist, dass täglich, stündlich angereichertes Material entsteht. Kein Klein-, Mittelstands-, oder auch Großunternehmer darf bei der Produktion Abfälle hinterlassen, die nicht entsorgbar und gefährlich sind. Im Gegensatz zu den Betreibern von Kernkraftwerken!

Dürfen wir vor dem Hintergrund dieser Tatsachen, besonders nach Tschernobyl, Fukushima und den furchtbaren Folgen das Energie-Gesetz als „Unsinn“ bezeichnen? Nein: Denn das wäre der größte Unsinn. Das Gesetz muss schneller, tatkräftiger, ohne fragwürdige Ausreden umgesetzt werden. Wenn nicht, wird die Politik unglaubwürdig und die Politikverdrossenheit nimmt noch mehr zu. Spätestens dann hat sich die Lobby-Arbeit der Atomindustrie bezahlt gemacht und trägt für sie gewinnbringende Frucht.

Auch das sollte nicht vergessen werden: Die bisherige Energiewirtschaft war einseitig konzernorientiert. Die neue Energiewirtschaft ist mittelständisch geprägt, regional orientiert und hochinnovativ.

Konrad Nagler, Regensburg

Einer von vielen, die ihren Betrieb täglich von innen sehen und meint, dabei noch nicht betriebsblind geworden zu sein

Zu: Kopftuchverbot, Mittelstands Magazin 3-2015

Im 13. oder 14. Jahrhundert lebte in Anatolien Nasreddin Hodscha, ein weiser Mann, der für seine paradoxen Geschichten berühmt war. Eine geht so: Ein Mann, des Lesens unkundig, bekommt einen Brief und bittet den Hodscha, ihn vorzulesen. Der Hodscha tut sein Bestes, kann das Geschriebene aber nicht entziffern. Es ist wohl Arabisch oder Persisch. „Ich kann es nicht lesen“, erklärt er schließlich, „frag lieber einen anderen.“ „Und du willst ein Gelehrter sein“, sagt der Mann ärgerlich, „du solltest dich deines Turbans schämen, den du trägst!“ Daraufhin nimmt der Hodscha seinen Turban ab, setzt ihn dem Mann auf und sagt: „Wenn du meinst, der Turban sei allwissend, dann lies du doch den Brief!“ Das Verfassungsgericht versucht mit seinem Urteil, das pauschale Verbot des Kopftuches an Schulen zu verbieten, sich in ähnlich weiser Weise aus der Affäre zu ziehen. Das Gericht urteilt, das Kopftuch würde als religiöses Bekenntnis nicht an sich den Schulfrieden stören, sondern nur dann, wenn die Trägerin sich entsprechend ihrer Religion verhalten würde. 2003 hat sich dasselbe Gericht noch einer Entscheidung verweigert, und zuvor hatte es sich für religiöse Neutralität an Schulen entschieden.

Das Verfassungsgericht formuliert mit der aktuellen Entscheidung ein Nasreddin Hodscha würdiges Kopftuch-Paradoxon, auf Deutsch eine Eulenspiegelerei. Tatsächlich ist es so, dass islamische Verbände seit Jahrzehnten über die Gerichte durchzusetzen versuchen, dass ihre religiösen Vorstellungen zur gesellschaftlichen Norm werden. Sie klagen aus religiösen Gründen gegen den Schwimmunterricht von Mädchen, für Gebetsräume an Schulen, wollen das Kopftuch als Symbol ihrer Religion an Schulen legalisieren.

In Deutschland tragen drei von vier muslimischen Frauen kein Kopftuch, und es ist auch innerhalb des Islam nicht ausgemacht, ob es eine religiös begründete Prophetentradition oder eine Männersache ist, ihre Frauen vor den Blicken der Anderen zu verbergen. Der Schleier ist überall da Sitte, wo Männer über Frauen bestimmen, und zu keiner Zeit ein Symbol von Emanzipation gewesen. Die Befürworter des Urteils in Medien und Politik – es sind vor allem Männer, für die der Islam eine Art Folklore zu sein scheint – argumentieren, eine offene Gesellschaft müsse das Kopftuch aushalten. Unsere Gesellschaft kann das, aber kann das muslimische Mädchen oder Frau das auch? Kennen die Befürworter des Urteils die Mädchen, die nicht in einer offenen Gesellschaft, sondern in „gated communities“ leben? Die ihren Vätern, Brüdern, Onkeln, Cousins, Müttern und Tanten gehorchen müssen. Sie werden kontrolliert, bewacht und möglichst früh verheiratet. Ihre Community grenzt sich von europäischen Werten wie der Gleichberechtigung der Frauen ab. Gesellschaft folgt. In seiner Wirkung ist das Kopftuch gesellschaftlich selbstausgrenzend. Das Urteil spaltet und desintegriert.

Leonhard Schmitz
50105 Bergheim

Die Redaktion freut sich über jede Zuschrift, behält sich aber verständlicherweise Kürzungen vor. Dass es sich bei Leserbriefen um Meinungsäußerungen der jeweiligen Verfasser handelt und diese nicht notwendigerweise die Meinung der Redaktion wiedergeben, versteht sich am Rande.

leserbriefe@mitmagazin.com

FORD LEASE

Typisch Ford: ein echtes Multitalent

DER NEUE FORD FOCUS TURNIER

Mit Ford Lease¹ machen Sie Ihre Mitarbeiter problemlos mobil:
gut für den Job, bestens für die Motivation.
Mehr Information unter: ford-firmenkunden.de

€ **189,-** (€ **224,91**)
netto²⁻³ brutto²⁻³

Abbildung zeigt Wunschausstattung gegen Mehrpreis.

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km nach VO (EG) 715/2007 und VO (EG) 692/2008 in der jeweils geltenden Fassung): 3,9 (innerorts), 3,1 (außerorts), 3,4 (kombiniert). CO₂-Emissionen: 88 g/km (kombiniert).



Eine Idee weiter

¹Ford Lease ist ein Produkt der ALD Auto Leasing D GmbH, Nedderfeld 95, 22529 Hamburg. Angebot gilt bei Vertragsabschluss bis 30.06.2015 und nur für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenvertrag sowie gewerbliche Sonderabnehmer, wie z. B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). ²Das Technik-Service-Paket enthält Wartungs- und Inspektionsarbeiten sowie alle anfallenden Verschleißreparaturen in vereinbartem Umfang und die Kosten für HU/AU. Die HU wird von einer staatl. anerkannten Prüfstelle durchgeführt. Details und Ausschlüsse zu allen Services entnehmen Sie bitte unserer ausführlichen Produktbeschreibung. Nur erhältlich im Rahmen eines Ford Lease Vertrags. ³Leasingrate auf Basis einer UPE von € 20.105,04 netto (€ 23.925,00 brutto) für einen Ford Focus Turnier Trend, 1,5-l-TDCi, 77 kW (105 PS), 36 Monate Laufzeit und 45.000 km Gesamtlauflistung, zzgl. Überführungskosten.