WWW.DIEWIRTSCHAFT-KOELN.DE | AUSGABE 04.20

DIE WIRTSCHAFT

DAS WIRTSCHAFTS-MAGAZIN FÜR KÖLN UND DIE REGION

IN HARTZ IV GETRIEBEN

Soloselbstständige leiden unter Krise

DIGITALE ANZIEHUNGS-KRAFT

Marketing in Zeiten der Krise

MIT WEM NRW HANDELT

Das sind unsere größten Abnehmer

Hybrid-Modell mit 0,5%-Versteuerung

FORD **BUSINESS**

INKL. WARTUNG UND VERSCHLEISS[1]

FÖRDERFÄHIG MIT DER NEUEN BAFA-PRÄMIE![2]

Der neue Ford Kuga Plug-in-Hybrid

All-In für Ihr Business.

DER NEUE FORD **KUGA** ST-LINE

2,5-l-Duratec-PHEV-Plug-in-Hybrid 165 kW (225 PS), Automatikgetriebe, Metallic-Lackierung, Ladekabel (für die Haushaltssteckdose und für öffentliche Ladestationen), 2-Zonen-Klimaautomatik, Ford Navigationssystem inkl. Ford SYNC 3 mit AppLink und 8"-Touchscreen (20,3 cm Bildschirmdiagonale), Digitale Instrumententafel 12,3" (31,2 cm Bildschirmdiagonale), LED-Nebelscheinwerfern, Body-Styling-Kit u. v. m.

36 monatliche Ford Lease Full-Service-Rate

€ 289,- netto[1,2] **(€ 343,91** brutto**)**

Abbildung zeigt eine Designstudie

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km nach § 2 Nrn. 5, 6, 6a Pkw-EnVKV in der jeweils geltenden Fassung) Ford Kuga: 1,2 (kombiniert); CO_2-Emissionen: 26 g/km (kombiniert); Stromverbrauch: 15,8 kWh/100 km (kombiniert); CO_2-Effizienzklasse: A+.

Ihr individuelles Angebot erhalten Sie bei den aufgeführten Ford Partnern.

AUTO STRUNK	LA LINEA	KIERDORF	GEBERZAHN	R&S
Auto-Strunk GmbH	**La Linea Franca KFZ-Handelsges. mbH**	**Autohaus KIERDORF Niederlassung der I.C. Autohandel Rheinland GmbH**	**Autohaus Rudolf Geberzahn GmbH & Co KG**	**R&S Mobile GmbH & Co. KG**
Neusser Str. 460–474 50733 Köln Tel.: 0221/74 94 0 **www.auto-strunk.de**	Humboldtstr. 134 51149 Köln (Porz) Tel.: 02203/30 47 0 **www.lalinea.de**	Oskar-Jäger-Str. 166–168 50825 Köln Tel.: 0221/40 08 50 **www.autohaus-kierdorf.de**	Rösrather Str. 511 51107 Köln Tel.: 0221/89 90 70 **www.ford-geberzahn.de**	Robert-Bosch-Str. 4 50769 Köln Tel.: 0221/70 91 70 **www.rsmobile.de/gewerbe-ford**

www.fordhändler-köln.de

[1] Angebot der ALD AutoLeasing D GmbH, Nedderfeld 95, 22529 Hamburg, für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z. B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). Das Ford Lease Full-Service-Paket beinhaltet alle Wartungs- und Inspektionsarbeiten sowie anfallende Verschleißreparaturen im vereinbarten Umfang. Details unter www.ford.de/finanzen/finanzierung-und-versicherung/business-finanzierung/ford-flatrate. [2] Gilt für einen neuen Ford Kuga ST-Line, 2,5-l-Duratec-PHEV-Plug-in-Hybrid 165 kW (225 PS), Automatikgetriebe; € 289,- netto (€ 343,91 brutto) monatliche Leasingrate, € 0,- netto (€ 0,- brutto) Leasing-Sonderzahlung, bei 36 Monaten Laufzeit und 30.000 km Gesamtlaufleistung. [2] Dies ist ein Hinweis auf die mögliche Kaufprämie für Elektrofahrzeuge (Umweltbonus) der über die Bafa bereitgestellt wird. Alle Infos unter www.bafa.de. Das Antragsverfahren hierfür übernimmt der Käufer da dies nicht Bestandteil des Angebots ist. Für mögliche Nichtgewährungen des Antrags übernehmen wir keine Haftung/Entschädigung da es sich hierbei um ein Angebot des Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle handelt.

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

in „normalen“ Zeiten stünden im Sommer 2020 zwei sportliche Großereignisse im Fokus: die Fußball-EM, verteilt auf zwölf Spielorte europaweit sowie die Olympischen Spiele in Tokio. Aber noch bestimmt Corona das Leben und Arbeiten in Deutschland. Tendenz: Restriktionen werden gelöst, die Menschen werden gelöster.

Zahlreiche Unternehmen, die ihr Marketing ganz auf die beiden Sporthighlights ausgerichtet haben, müssen umdenken. Verpackungen mit dem Logo der EURO 2020, Quizspiele rund um Olympia, Überzieher für den Außenspiegel in Schwarz-Rot-Gold: Aufgeschoben ist nicht aufgehoben, man sieht sich in 2021.

Corona bedeutet für viele Unternehmen eine „Zwangsdigitalisierung“. Maskenpflicht und Mindestabstand, Hygiene- und Anstandsregeln sind für Kunden und Verkäufer eine echte Herausforderung. Um neue Kunden zu generieren, gingen Firmen digital. Webanwendungen, E-Commerce-Websites, Suchmaschinenoptimierung und digitale Strategien rückten in den Vordergrund. Nicht zuletzt, dass Mitarbeiter ins Homeoffice geschickt wurden, ist ja durchaus als Schritt in die Digitalisierung zu betrachten. Da überhaupt nicht absehbar ist, wie lange die Pandemie uns noch beschäftigt, werden Unternehmen auch in den kommenden Monaten verstärkt versuchen, ihre Online-Präsenz und ihre Sichtbarkeit zu verstärken.

Dennoch muss ein Unternehmen gerade in Krisenzeiten auch seine klassischen Marketingmaßnahmen und Werbestrategien im Auge behalten. Antizyklisch zu werben in schwierigen Zeiten bedeutet, dass diese Firmen meist in einer starken Marktposition sind. Eine sorgfältige Marktanalyse ist dabei unerlässlich. Denn sehenden Auges in einen aktuell nicht funktionierenden Markt zu investieren ist vergeudetes Geld. Und das war schon Henry Ford ein Gräuel. „Fünfzig Prozent bei der Werbung sind immer rausgeworfen. Man weiß bloß nicht, welche Hälfte das ist“, so der Automagnat.

Brüder im Geiste sind die Koelnmesse und die LANXESS arena. Beides im Grunde kerngesunde Unternehmen, die jedoch durch Corona durchgerüttelt werden. Im vergangenen Jahr machte die Koelnmesse bei einem Umsatz von knapp 413 Millionen Euro einen Gewinn von über 30 Millionen. Allein die Topmesse gamescom generierte im vergangenen Jahr 375.000 Besucher. Die durch Unterkunft und Verpflegung weitere Millionen in der Region ausgaben. Dennoch will man auf die geplanten Verbesserungen in der Infrastruktur nicht verzichten. Die spoga+gafa im September soll den Restart bedeuten. Der möglich ist, weil sich vergleichsweise wenig Besucher über mehrere Tage auf einer großen Schaufläche verteilen und die Abstandsregeln eingehalten werden können.

Aufseiten der LANXESS arena hat man die alljährlichen Renovierungsarbeiten in die Coronaschließung vorgezogen. Und mit „Arena Now!“ eine Möglichkeit geschaffen, schon im Juni kleinere Events zu starten. Obwohl bis dato 130 Veranstaltungen mit 1,6 Millionen erwarteten Gästen verlegt oder abgesagt wurden, nimmt es die Arenaleitung sportlich. So sollten Sie Corona auch sehen – vor dem Fernseher, bei der EURO 2021 und Olympia.

Herzlichst

Eugen Weis, Herausgeber

IMMER UP TO DATE

www.diewirtschaft-koeln.de

Online finden – offline binden

XING Marketing zur Kundengewinnung!

- Professionelle XING-Profile & XING-Portfolios
- Individuelle XING-Marketingpläne
- Business Events mit Wirkung
- Kunden gewinnen online & offline

Der Ansprechpartner für Kundengewinnung und Reichweite:

MÜLLER CONSULT
... macht's möglich!

Sophienstraße 3 - 51149 Köln
Tel.: 02203-97724-60
Email: m.mueller@muellerconsult.com

www.muellerconsult.com

HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE

Illustration: © phive2015, denisismagilov, Liubov, koltukov, Veronika – stock.adobe.com

MARKETING IN KRISEN ZEITEN

Wieso ums Netz niemand mehr herumkommt

.....ab Seite 06

Foto: © slasnyi – stock.adobe.com

ABGERUTSCHT IN HARTZ IV

Soloselbstständige unter Druck

.....ab Seite 22

Foto: © Kzenon – stock.adobe.com

GEWINNER UND VERLIERER

Corona und die Folgen für Unternehmen

.....ab Seite 24

IMPRESSUM

Verlag und Herausgeber:
Weis Wirtschaftsmedien GmbH
Eugen Weis
Hahnenstr. 12, 50667 Köln
Telefon 0221.4743924
info@diewirtschaft-koeln.de
www.diewirtschaft-koeln.de

Objekt- und Anzeigenleitung:
Alex Weis
Hahnenstr. 12, 50667 Köln
Telefon: 0221.4743924
anzeigen@diewirtschaft-koeln.de

Redaktionsleitung:
Matthias Ehlert (ViSdP)
Hahnenstr. 12, 50667 Köln
redaktion@diewirtschaft-koeln.de

Redaktion:
Matthias Ehlert *(me)*, Heribert Eiden *(he)*, Monika Eiden *(mei)*, Christian Esser (ce), Susanne Wächter (sw), Astrid Waligura *(aw)*,Eugen Weis *(ew)*

Jahrgang: 5, Heft 4/2020

Auflage: 17.000 Exemplare

Fotos: stock.adobe.com, Alex Weis, Envato, sowie Kunden und privat

Cover: phive2015, denisismagilov, Liubov, koltukov, Veronika – stock.adobe.com

Druck: Druckhaus DOC
Zeißstr. 23-27, 50171 Kerpen
Telefon: 02237.9757011

Gestaltung / Layout:
Amann Design
kontakt@amanndesign.de
www.amanndesign.de

© Weis Wirtschaftsmedien GmbH 2020 - Nachdruck und Vervielfältigungen jeglicher Art, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages. Alle Urheberrechte liegen bei DIE WIRTSCHAFT / oder beim Verlag bzw. den Autoren. Auch Werbeschaltungen sind urheberrechtlich geschützt. Es gelten unsere AGBs. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Köln. Unser Verlag wird beraten und rechtlich vertreten durch: Rechtsanwälte Stiletto Wilhelm & Kollegen.

Foto: Bundesministerium der Finanzen / Photothek

MIT DER BAZOOKA

Was uns die Krise kostet

..... ab Seite 28

Foto: © nmann77 – stock.adobe.com

AUSSENWIRTSCHAFT

Mit wem wir handeln

..... ab Seite 30

Foto: Alex Weis

EINWOHNER

Neue Zahlen aus Köln

..... ab Seite 34

WEITERE THEMEN:

Förderung Mittelstand ..... S. 13

Koelnmesse ..... S. 14

LANXESS arena ..... S. 26

Manager in Krisenzeiten ..... S. 27

Gastgewerbe in der Krise ..... S. 40

... und vieles mehr ...

IMMER UP TO DATE

www.diewirtschaft-koeln.de

Hinweise: Es gilt die Anzeigenpreisliste aus November 2019. Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht in jedem Falle die Meinung des Herausgebers wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos übernimmt DIE WIRTSCHAFT keine Haftung. Für fehlerhafte oder unterbliebene Angaben übernehmen wir keine Gewähr.
Bei Nichtlieferung ohne Verschulden des Verlages oder infolge von Störungen des Arbeitsfriedens bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag.
Es gelten unsere AGBs.

Copyright/ Urheberrecht: Nachdruck und Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung von Weis Wirtschaftsmedien GmbH.
Alle Urheberrechte liegen bei DIE WIRTSCHAFT bzw. den Autoren. Auch Werbeschaltungen sind urheberrechtlich geschützt. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Köln.

Datenschutz/Disclaimer: Sie finden in unserer Print-Ausgabe an verschiedenen Stellen sogenannte QR-Codes. Diese ermöglichen Ihnen mit einer App für das Smartphone oder Tablet diese einzuscannen. Daraufhin werden Sie bequem direkt zu dem jeweiligen Online-Angebot weitergeleitet. Auf unserem Internetangebot finden Sie bspw. weiterführende Infos oder können direkt an Gewinnspielen teilnehmen. Dabei erheben wir Analysedaten für statistische Zwecke und zur Verbesserung unseres Angebots, die wir bspw. durch anonymisiertes Tracking erfassen. Es werden dabei keinerlei persönliche Daten erfasst oder an Dritte weitergegeben.
Weitere Informationen und die Möglichkeiten diese Datenerhebung zu unterbinden finden Sie online in unserer Datenschutzerklärung unter: www.diewirtschaft-koeln.de/datenschutzerklaerung
Zudem können Sie direkt auf Links klicken, die sich in unserer Ausgabe befinden (z.B. im E-Paper oder der PDF-Version). Der Verlag übernimmt dabei keine Haftung für etwaige Fehler oder Irrtümer und wir weisen daraufhin, dass allein die jeweiligen Seitenbetreiber für die Inhalte verantwortlich sind.

Stand Juli 2020

Bei **AMP**, **Local Based Services**, **Responsive-Design** oder **DSGVO** stehen Sie auf dem Schlauch?

KEIN PROBLEM!

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

WEBSITE-BUILDING

SOCIAL MEDIA BETREUUNG

MARKETING

DSGVO-BERATUNG

E-COMMERCE

SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)

MOBILE APPS

Ob lokaler Dienstleister, KMU, Start-up oder Großprojekt: Mit über 10 Jahren Erfahrung in der digitalen Welt, helfen wir auch Ihnen beim erfolgreichen Auf- oder Ausbau Ihrer Online-Präsenzen.

CityNEWS

CityNEWS Verlag
Hahnenstr. 12, 50667 Köln
Tel.: 0221 – 47 43 923
info@citynews-koeln.de

KEIN „SOMMERMÄRCHEN“ FÜRS MARKETING

Corona zwingt Unternehmen zur Digitalisierung

Illustration: © phive2015, denisismagilov, Liubov, koltukov, Veronika – stock.adobe.com

Innerhalb kürzester Zeit mussten Unternehmen ihre Marketingaktivitäten komplett ins Internet verlagern.

Eigentlich hatte der Sommer so viel Potenzial, um diverse Marketingmaßnahmen und unterschiedliche Instrumente anzuwenden. Doch trotz der Lockerungen in der aktuellen Corona-Pandemie wird daraus nichts.

Dabei haben sich so viele schon lange vorher Gedanken gemacht. Schon viele Monate im Voraus haben vor allem die große Unternehmen Sonderformate ihrer Produkte herstellen lassen, vom Party-Fässchen in Fußballoptik bis zur Deutschlandfahne für die Autoscheibe. Doch Großveranstaltungen, wie die Fußball-EM oder Olympia fallen aus oder werden langfristig verschoben, zumeist ins nächste Jahr. Da will eine wirkliche Kauflaune nach Produkten mit Fußbällen auf der Verpackung nicht aufkommen. Und auch viele naheliegende Marketingaktionen für ein mögliches „Sommermärchen“ fallen aus, vom Gratisbrötchen für jedes Tor der Nationalelf über Rabattaktionen für Goldmedaillen bis hin zu speziellen Events und sei es das traditionelle Sommerfest – so viele Möglichkeiten, die, wenn überhaupt in diesem Jahr, nur in kleinem Kreis funktionieren können. Marketingstrategie? Online! Neue Website, neuer Webshop – Corona bedeutete für viele Unternehmen eine „Zwangsdigitalisierung“.

E-Commerce und Maskenfragen

Corona hat die Marketing- und Werbewelt schlagartig verändert. Kontaktbeschränkungen machten den persönlichen Kontakt unmöglich und machen ihn mit Mund-Nasen-Schutz nicht leicht. In den Ladenlokalen gelten immer noch Mindestabstände und Maskenpflicht. Für die Mitarbeiter bedeuten die Wiedereröffnungen einen enormen Mehraufwand durch die Hygiene- und Abstandsregeln. Doch sind zur Freude vieler wieder direkte Gespräche mit den Kunden möglich. Doch für diese so ursprüngliche Form des Marketings wäre eine andere Form der Gesichtsbedeckung in vielen Fällen besser, das Visier. Stoffmasken, wie auch Visiere haben Vor- und Nachteile. Die Stoffmaske macht besonders Brillenträgern das Leben schwer, da die Brillen oft beschlagen. Zudem können die Kunden einen Großteil der Mimik ihres Gegenübers nicht erkennen. Allerdings kann man sich bzgl. des Designs der Masken einiges einfallen lassen, wie einheitliche Motive, das Firmenlogo oder eine andere Botschaft. Das Visier, das in NRW derzeit noch nicht als ausreichende Gesichtsbedeckung eingestuft wurde, bietet den Vorteil, dass man besser Luft bekommt und das Gegenüber einem auch wirklich ins Gesicht sehen kann. Gehörlose haben im Vergleich zur Stoffmaske die Möglichkeit, die Lippen lesen zu können.

Doch noch immer sind viele Angestellte im Homeoffice oder befinden sich in Kurzarbeit. Die vermehrte Zeit in den eigenen vier Wänden hat für Unternehmen nicht nur durch die neuen Arbeitsstrukturen große Veränderungen erzeugt. Auch die Kundenansprache musste vor allem in Zeiten des Lockdowns völlig verändert werden. Kunden und diejenigen, die es werden sollen, müs-

sen also anders erreicht werden. Nach einer Analyse des belgischen Unternehmens Sortlist hat die Corona-Pandemie zu einem explosiven Anstieg digitaler Marketingtechnologien geführt. Unternehmen seien durch die Krise auf eine Online-Präsenz angewiesen. Besonders oft wurden laut „Marketing Barometer 2020“ Webanwendungen erstellt oder E-Commerce-Websites eingerichtet. Auch die Suchmaschinenoptimierung und digitale Strategien sind Unternehmen in der Krise besonders wichtig.

Investitionen ins Marketing liegen auf Eis

Homeoffice, Homeschooling und besonders die Kontaktbeschränkungen haben das Eventmarketing völlig ausgebremst. Veranstaltungen mit einer Vielzahl von Personen werden auch weiterhin nicht möglich sein. Gerade für den wichtigen B2B-Bereich fehlen wichtige Veranstaltungen wie Messen – auch das Eventmarketing muss daher ins Netz verlagert werden. Trotz der zunehmenden Nutzung digitaler Medien in der Corona-Pandemie setzen Unternehmen weniger auf die Entwicklung mobiler Anwendungen. Dies liegt laut Untersuchung aber daran, dass die Firmen eher in neue Webanwendungen oder Online-Shops investierten. Gleichzeitig ist allerdings die Nachfrage nach Onlinewerbung zurückgegangen. Die Macher der Studie erklären dies durch eine größere Angst vor Werbeinvestitionen in der Corona-Krise, von denen man sich keinen positiven Return on Invest verspricht. Finanzielle Ressourcen seien derzeit wertvoller denn je. Vor dem Hintergrund, dass niemand bisher genau absehen kann, wie lange die Corona-Pandemie noch andauern wird, werden Unternehmen nach Ansicht von Sortlist auch in den kommenden Monaten verstärkt versuchen, ihre Online-Präsenz und ihre Sichtbarkeit zu verstärken. SEO, E-Commerce, Content-Strategien und Webanwendungen werden hoch im Fokus stehen. Durch die Wirtschaftskrise werden Unternehmen zudem verstärkt ihre Ausgaben für Werbemaßnahmen auf dem Online-Markt beachten. Hier wird von einem weiteren Rückgang der Investitionen in Online-Werbeformate ausgegangen.

Zeit für besondere Kampagnen

Keinen Rückgang bei Investitionen ins Marketing, sondern massive Investitionen tätigten vor allem die wenigen systemrelevanten Gewinner der Krise, zu denen vor allem Lebensmitteldiscounter zählen. Besondere Zeiten erfordern besondere Marketingkampagnen. Für seinen „Brand Monitor“ hat WE Communications die Marketingmaßnahmen von Lidl, Edeka, Aldi, Kaufland und Penny untersucht. Alle Märkte hatten mit speziellen Corona-Kampagnen und Hashtags längerfristige Marketingaktivitäten unternommen. „Von besonderem Interesse für diese Auflage des Brand Monitors war für uns, wie die Marken Storytelling und Purpose-driven Marketing in solch einer Krisenzeit einsetzen und wie das beim Verbraucher ankommt“, erklärt Daniel Blank, Head of Digital bei WE Communications Deutschland. „Die hierbei von uns beobachtete Bandbreite im aktuellen Brand Monitor war recht groß und es hat sich wieder einmal gezeigt, dass sich viele noch immer schwertun, ihren Purpose klar herauszuarbeiten. Eine Marke hat es allerdings geschafft, der Krise mit gutem Storytelling und einer wirklich ausgefeilten Kampagne zu begegnen und ihre Fans dadurch näher zusammenrücken zu lassen – im übertragenen Sinn, versteht sich“, so Blank. Am besten schnitt Penny mit seiner Kampagne #erstmalzuhause ab. Videoinhalte und ein emotionales Storytelling sprachen die Menschen direkt an. Über die eigene Website gab es zudem ein großes Unterhaltungsangebot mit Kultur, Musikstreams, virtuellen Museumsbesuchen und „Do it yourself“-Anleitung. Penny konnte außerdem durch das verstärkte Engagement mit sozialen Aktionen punkten, beispielsweise mit der Verdopplung der Gutscheinbeträge für die Tafeln, was hohen Zuspruch im Netz fand. „Penny zeigt wahren Purpose, berührt seine Kunden über das eigentliche Geschäftsfeld hinaus, unterhält und informiert. Der Lebensmitteleinzelhändler macht der Konkurrenz mal wieder vor, wie man kreatives Storytelling auch in einer globalen Krisensituation gekonnt und mit Fingerspitzengefühl in eine Kampagne gießt“, erklärt Blank das Studienergebnis.

Besondere Zeiten erfordern besondere Marketingkampagnen.

Screenshot: Penny, Foto: © FarknotArchitect – stock.adobe.com / Icons: © Liubov, koltukov, Veronika – stock.adobe.com

Schicksalsfrage: investieren oder einfrieren

Doch nur ein geringer Teil der Unternehmen in Deutschland ist systemrelevant. In der Corona-Pandemie musste ein Großteil der Unternehmen deshalb bisher herbe Umsatzeinbußen verkraften. Teilweise musste der Betrieb sogar komplett ruhen. Doch durch die Lockerungen entspannt sich die Lage langsam wieder. Kaufanreize wie die Mehrwertsteuersenkung bis zum Jahresende sollen die Konjunktur stärken. Doch durch die Einbußen müssen viele Budgets gekürzt werden. Dabei ist gerade das risikoreiche Marketingfeld, bei dem nicht jede Kampagne einen Return on Invest generieren kann, ein Unternehmensbereich, in dem man geneigt ist, Investitionen auf Eis zu legen. Die Alternative: investieren und aggressiver als zuvor auf Kundenfang gehen, womöglich auch mit neuen Mitteln oder Medien. Zudem reformierte die NRW-Landesregierung eine eigene Digitalisierungsförderung. Diese sieht aber keine Zuschüsse für Online-Marketing vor. Online-Marketing nicht zu berücksichtigen war allerdings schon vor der Corona-Pandemie nicht mehr zeitgemäß. Das Virus hat die Tendenzen hin zum Online-Markt nur beschleunigt.

Christian Esser

DARK SOCIAL – HELLES LICHT DES MARKETINGS?

Das, von dem man gar nicht weiß, dass es passiert

Illustration: © xyz+, Liubov, koltukov, Veronika – stock.adobe.com

Dark Social - die Mundpropaganda im Netz.

Das klingt aber düster: Dark Social. Nein, es hat nichts mit dem Darknet zu tun und beschreibt auch keine bösartige Ansammlung von Menschen. Tatsächlich machen wir bzw. sind wir vielmehr Teil von Dark Social, jeden Tag.

Dark Social beschreibt das Teilen von Informationen über einen Messenger-Dienst, per E-Mail oder in geschlossenen Gruppen innerhalb sozialer Netzwerke, also zum Beispiel das Kochrezept, das man vorab per WhatsApp übermittelt, damit alle mit dem zufrieden sind, was mittags auf den Tisch kommt. Der ehemalige Chefredakteur von The Altlantic, Alexis Madrigal, beschrieb dieses Phänomen erstmals 2012, indem er die Praxis des Kopierens einer URL und des anschließenden Versandes per Mail oder Messenger als Dark Social beschrieb.

Für den Datensammler und Marketer klingt das zunächst einmal nach Horror. Ein Tracking ist nicht möglich. Keine Chance nachzuvollziehen, über welchen Weg der Websitebesucher kommt und was ihn dazu veranlasste die Seite zu öffnen. Und wie hoch der Anteil der Seitenbesucher ist, die über den Weg Dark Social zugegriffen haben – auch das kann man nicht nachvollziehen. Dark Social, man tappt im Dunkeln. Das könnte einen nicht interessieren, sollte es aber doch. Nach einer Studie von Radium One aus dem Jahr 2017 lag der Anteil von über Dark Social geteilten Inhalten bei 84 Prozent. Und laut Studie sind gerade Menschen, die älter sind als 54 Jahre, besonders eifrig, wenn es um das Teilen von Inhalten über Dark Social geht. 46 Prozent gaben damals an, ausschließlich so Inhalte zu teilen. Für Marketer besonders wichtig in diesem Zusammenhang: Inhalte, die per Dark Social versendet werden, genießen ein großes Maß an Vertrauen. Dark Social kann für Marketingabteilungen also eine Chance darstellen, vor allem auch Zielgruppen anzusprechen, die man über die bisherigen Wege kaum oder gar nicht erreicht hat. Inhalte, die von Freunden, Familienmitgliedern oder Bekannten übermittelt werden, werden weit weniger angezweifelt als vergleichbare Inhalte, die man über soziale Netzwerke wie Facebook hoch- und runterscrollt. Zudem ist die persönliche Übermittlung eines Links per Direktchat oder in Gruppen mit einer sehr hohen Ansprechrate verbunden, da viele sich den Inhalt hinter der Nachricht genauer ansehen möchten. Das Dark Social ist also eine ideale Plattform für Dialogmarketing, mit dem Nachteil, dass sie kaum zurückverfolgbar ist. Bei der Mundpropaganda ist das aber genauso. Ein weiteres Problem: Gerade weil das Vertrauen in Inhalte per Dark Social so groß ist, ist das System auch angreifbar, beispielsweise über Social Bots. Manipulationen sind möglich und werden teilweise bewusst forciert. Eine brasilianische Zeitung deckte auf, dass der rechtsnationale Präsident Jair Bolsonaro mehrere Agenturen damit beauftragt hatte, gezielt Falschmeldungen in WhatsApp einzuspeisen, um sich Vorteile im Wahlkampf zu verschaffen. In der Corona-Pandemie werden zudem über Dark Social Verschwörungstheorien verbreitet.

Der Einstieg ins gezielte Marketing über

WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat und Co. erscheint trotz einiger Problemstellungen dennoch überlegenswert. „WhatsApp bietet eine vielseitig nutzbare Plattform in alle Marketingbereichen – vom Produktlaunch über die Brand Awareness bis hin zu Content Marketing und Engagement. Es gibt kaum einen direkteren Weg, um mit Kunden vertrauensvolle Beziehungen aufzubauen und diese in Werte für das Unternehmen zu wandeln. Die einzigen Grenzen für erfolgreiches WhatsApp-Marketing liegen in der Kreativität ihrer Anwender“, sagt Matthias Mehner, WhatsApp-Experte und CMO von MessengerPeople.

TikTok läuft Youtube den Rang ab

Ein großer Gewinner der Corona-Krise ist die Videoplattform TikTok. Gerade die jungen Zielgruppen, die Generation Y und Z, nutzen die Plattform immer häufiger. Bei Kindern scheint TikTok dem Branchenprimus Youtube sogar den Rang abzulaufen. Besonders beliebt auf der chinesischen Plattform: kurze Tanzvideos. Nicht nur auf TikTok, sondern vor allem auf Instagram tummeln sich Influencer. Das Influencer-Marketing ist in den letzten Jahren nicht nur bei großen Playern zunehmend in den Fokus gerückt, sondern wird mittlerweile auch von kleinen und mittleren Unternehmen zunehmend genutzt. Influencer sind im Vergleich zu den Unternehmen deutlich flexibler und haben bereits Erfahrung bei der Erstellung von Medieninhalten wie Storys. Influencer-Marketing hat in der Corona-Krise durch die längere Verweildauer der Menschen in den sozialen Medien, vor allem während des Lockdowns, für manche Unternehmen einen noch größeren Stellenwert gehabt, auch, weil Marketing-Abteilungen währenddessen nur eingeschränkt tätig werden konnten. Doch auch beim Influencer Marketing sind während der Corona-Pandemie die Investitionen rückläufig gewesen. Unternehmen, die künftig in Influencer-Marketing investieren möchten, müssen neben der Häufigkeit der Beiträge auch das Community Management, also die Betreuung der virtuellen Gemeinschaft, beachten. Wesentlich ist auch die Auswahl der Influencer, mit denen zusammengearbeitet werden soll. Bei der Akquise sind allerdings weit mehr Aspekte zu beachten als nur die Zahl der Follower – denn Masse ist nicht unbedingt klasse. Durch Kommentare und andere Interaktionen erhalten Inhalte auf sozialen Medien eine größere Aufmerksamkeit. Über das Community Management, beispielsweise durch den gezielten Einsatz von Interaktionen, wie Antworten oder Fragen an die User, können Follower an das Unternehmen oder Produkt stärker gebunden werden. Wer derzeit keine Budgets für Influencer-Marketing hat, kann auch selbst über die eigenen Social-Media-Kanäle Formate wie Storys produzieren. Diese erfordern aber viel Planung, kurze und einprägsame Botschaften und spannende Inhalte, um die Story-Frames (Bild- oder Videosequenzen) zu füllen.

Foto: © rcfotostock – stock.adobe.com

TikTok - große Konkurrenz für den Branchenprimus Youtube.

Trotz Verlagerung ins Netz kaum Data-driven Commerce

Digitales Marketing, digitaler Handel. Corona hat die Maßnahmen ins Netz verlagert. Wer im Netz arbeitet, hat die Möglichkeit, eine Vielzahl an Daten zu erheben. Doch viele Unternehmen tun sich bei der Erhebung und vor allem bei der Frage, wie man sie richtig verwendet, schwer. Der Bundesverband Digitale Wirtschaft hat eine Studie erstellt, die zeigt, dass 33 Prozent der Unternehmen sich unsicher sind, wie sie Daten einsetzen können. 36 Prozent der 250 befragten Unternehmen gaben sogar an, keinen auf externen Daten gestützten Marketing- oder Verkaufsprozess zu haben. Besonders im Einzelhandel (57 Prozent) und im Gastgewerbe (78 Prozent) werden datengestützte Maßnahmen nicht durchgeführt. Ein Grund dafür ist vor allem die Unsicherheit, wie sie Data-driven Commerce umsetzen können. Andreas W. Ditze, stellvertretender Leiter des Data Driven Commerce Labs des Bundesverbands Digitale Wirtschaft, glaubt allerdings, dass sich die Einstellung vieler Unternehmen hinsichtlich der Verwendung externer Daten künftig ändern wird: „Die aktuelle Krise zwingt sämtliche Unternehmen dazu, umzudenken und sich stärker auf den Digital Commerce zu konzentrieren. Um sich einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen, wird es zukünftig schlichtweg notwendig sein, sich mit dem gewissenhaften sowie datenschutzkonformen Einsatz von externen und internen Daten auseinanderzusetzen und ihren Data-driven-Commerce-Prozess anzupassen.“

Sofern die Daten doch genutzt werden, versucht der Großteil der Befragten (43 Prozent) die Kundenzufriedenheit über Data-driven-Commerce-Maßnahmen zu verbessern. Die Reduzierung von Zahlungsausfällen wird von gut einem Viertel der Unternehmen angegeben. Unternehmen stützen sich bei ihren Maßnahmen vorrangig auf die Daten der eigenen Website (48 Prozent), gefolgt von Adress- und Stammdaten (38 Prozent). Online-Ads oder Wettbewerbspreise werden mit je etwa 14 bzw. 11 Prozent eher weniger beachtet. Mit den Daten können Rückschlüsse auf zahlreiche Aspekte gezogen werden, wie bspw. Umsatz, Ertrag, Ausfälle oder Retouren, Bewertungen oder Reklamationen. Mithilfe der Daten können Maßnahmen gezielter auf Zielgruppen ausgerichtet werden. Dies erhöht die Aussichten auf erfolgreiche Marketingmaßnahmen, da man seine Kunden und diejenigen, die es werden sollen, immer besser kennenlernen kann.

Christian Esser

COOKIES RECHTS-SICHER MACHEN

Anforderungen an Webseiten werden wieder verschärft – dies ist ernst zu nehmen, aber kein Grund zur Panik

Foto: © Rutmer – stock.adobe.com/
Icons: © Liubov, kotnikov, Veronika – stock.adobe.com

Auch wenn die Abmahnwelle bisher ausblieb, sollte man rechtssichere Cookies verwenden.

Wir alle erinnern uns an das Frühjahr 2018, als das Inkrafttreten der DSGVO viele Betreiber kommerzieller Webseiten in Panik versetzte. Die Betreiber dieser Seiten sahen sich zu Recht veranlasst, Datenschutzerklärungen auf ihrer Webseite abrufbar zu machen. Außerdem kennen wir seitdem alle sogenannte Cookie-Banner, die vor Benutzung einer Webseite erscheinen und in den meisten Fällen vom Nutzer weggeklickt werden müssen.

Die vorhergesagte Welle von Abmahnungen, die über diejenigen Seitenbetreiber hereinbrechen sollte, die ihre Verpflichtungen diesbezüglich nicht ernst genug nahmen, blieb weitestgehend aus. Auch die Behörden, die für die Durchsetzung dieser Regeln zuständig sind, verhängten bei Zuwiderhandlung bisher kaum Ordnungsgelder, obwohl deren mögliche Höhe von bis zu 20 Millionen Euro viele Seitenbetreiber das Fürchten lehrte.

In den letzten Wochen und Monaten haben sicher viele Internetnutzer festgestellt, dass eine große Zahl kommerzieller Webseiten ihre Cookie-Banner zwischenzeitlich umgestellt haben. Bei neueren Bannern werden verschiedene Arten von Cookies genannt und für das Wegklicken des Banners ist es erforderlich, dass der Nutzer aktiv eine Auswahl trifft, welche Art von Cookies er bereit ist zu akzeptieren.

Über den richtigen Umgang mit Cookies

Um zu verstehen, was diese Änderung hervorgerufen hat und warum dies den richtigen Umgang mit der Einwilligung zur Nutzung von Cookies darstellt, bedarf es leider einiger juristischer Ausführungen:

Wie allgemein bekannt ist, handelt es sich bei Cookies um ein in der Regel kleines Datenpaket, welches auf dem Computer des Internetnutzers in der Regel für einen gewissen Zeitraum gespeichert wird, wenn er Webseiten aufruft und verwendet. Einige dieser Cookies sind technisch notwendig, um die Funktionsweise der Webseite sicherzustellen. Andere ermöglichen die Analyse des Nutzungsverhaltens des Seitenbesuchers und werden zum Teil sogar an die Betreiber anderer Webseiten *(prominenteste Beispiele sind Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter und Instagram)* weitergegeben.

Behörden und Gerichte haben den Text der bestehenden Regelungen zuletzt dahin gehend ausgelegt, dass zwischen diesen verschiedenen Arten von Cookies zu differenzieren ist. Vereinfacht gesagt, braucht der Nutzer der Verwendung technisch notwendiger Cookies noch nicht einmal zuzustimmen, er muss darüber nur zum Beispiel im Rahmen der Datenschutzerklärung informiert werden. Bezüglich anderer Cookies und insbesondere bezüglich der Weitergabe personenbezogener Daten an Drittanbieter wird vom Text der DSGVO eine „informierte Zustimmung“ des Nutzers gefordert.

Darunter verstehen maßgebliche Richtlinien sehr konkret nur eine „Willensbekundung, die ohne Zwang, für den konkreten Fall und in Kenntnis der Sachlage erfolgt und mit der die betroffene Person akzeptiert, dass personenbezogene Daten, die sie betreffen, verarbeitet werden“. *(Europ. Richtline 95/46 Art. 2 h)*

Alten Cookie-Bannern eine Absage erteilt

Mit dieser Begründung erteilte der europäische Gerichtshof Ende 2019 alten Cookie-Bannern, die in der Regel nur den Inhalt hatten „Hiermit erkläre ich, dass ich mit der Nutzung und Verarbeitung personenbezogener Daten durch diese Webseite einverstanden bin“, eine Absage.

Noch konkreter führte das Gericht aus, dass eine wirksame Einwilligung des Nutzers nicht vorliege, „wenn die Speicherung von Informationen oder der Zugriff auf Informationen, die bereits im Endgerät des Nutzers einer Webseite gespeichert sind, durch ein voreingestelltes Ankreuzkästchen erlaubt wird, das der Nutzer zur Verweigerung seiner Einwilligung abwählen muss“. *(Große Kammer des Europäischen Gerichtshofs EuGH, Entscheidung vom 01.10.2019, Az.: C-673/17)*

Was Sie tun sollten, um Cookies rechtssicher verwenden zu können:

- Die Anpassung Ihres Cookie-Banners veranlassen
- Auf Differenzierung zwischen verschiedenen Arten von Cookies' achten
- Keine Voreinstellung der Häkchen aller Kategorien
- Sicherstellen, dass Cookies erst dann und nur in dem Umfang gesetzt werden, in dem der Nutzer zugestimmt hat
- Sicherstellen, dass der Nutzer auch einer eventuellen Weitergabe von Daten an Dritte vorher zustimmt
- Datenschutzerklärung überprüfen *(lassen)*

Icon: © Aygun – stock.adobe.com

Das bedeutet, dass eine rechtskonforme Einwilligung des Nutzers nur so aussehen kann, dass das Banner die Kategorien der auf der Webseite verwendeten Cookies darstellt und dem Nutzer die Auswahl darüber lässt, welche Cookies er akzeptieren möchte und welche nicht. Die Auswahl aller Cookies darf nicht in der Weise voreingestellt sein, dass der Nutzer mit einem Klick darüber wegklicken kann und soll.
Einen weiteren Punkt hat die Konferenz der unabhängigen Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder *(DSK)* in einer über Google leicht auffindbaren „Orientierungshilfe der Aufsichtsbehörden für Anbieter von Telemedien" herausgestellt: Die Webseite darf Cookies der verschiedenen Arten auch wirklich erst dann setzen, wenn der Nutzer dem zugestimmt hat.
Auch dieser Anforderung wird die heutige Praxis häufig nicht gerecht. Viele Webseitenbetreiber blenden nämlich zwar ein Cookie-Banner ein, setzen aber unabhängig von dem Umgang des Nutzers mit diesem Banner bereits entsprechende Cookies. Häufig ist die Nutzung einer Webseite sogar dann uneingeschränkt möglich, wenn der Nutzer das Banner schlicht ignoriert und die Webseite weiterbenutzt, ohne sein Einverständnis zu geben.

Abmahnwelle nicht zu erwarten

Auch jetzt ist weder eine große Abmahnwelle noch die massenweise Verhängung hoher Bußgelder kurzfristig zu erwarten. Im Einzelfall kann aber natürlich nicht ausgeschlossen werden, dass gerade die eigene Webseite von Verbraucherschützern oder Wettbewerbern zum Ziel von Maßnahmen wird. Wir empfehlen daher – falls noch nicht geschehen –, ohne in Panik zu verfallen, aber doch bei nächster Gelegenheit die Anpassung Ihrer Webseite zu veranlassen.

Foto: Doreen Kühr / Icon: © Liubov - stock.adobe.com

Gastautor: Stephan Stiletto, Rechtsanwalt bei Rechtsanwälte Stiletto Wilhelm & Kollegen

DIGITALSTUDIE VORGESTELLT

Kompetenzen nur befriedigend

Am 19. Juni 2020 gab es den ersten bundesweiten Digitaltag. Dazu hat der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (Bitkom) eine Studie zur digitalen Teilhabe veröffentlicht. Die Studie zeigt Verbesserungsbedarf bei der digitalen Kompetenz, denn diese ist gerade einmal befriedigend.

Ältere und jüngere Teilnehmer der Studie bewerteten ihre Digitalkompetenz eher zurückhaltend. Im Vergleich zur vorherigen Befragung aus dem September 2019 konnten sich die Ergebnisse nur leicht verbessern. Damals hatten die Teilnehmer ihre Kompetenzen eher als ausreichend (Wert 3,6) angegeben. Die jetzige Studie zeigt einen Wert von 3,3 an, was befriedigend entspricht. 40 Prozent der Studienteilnehmer gaben an, auftretende Fehlermeldungen auf ihren Geräten nicht einordnen oder selbst beheben zu können. 35 Prozent gaben an, nicht allein Apps oder neue Programme auf ihren Geräten installieren zu können. Der Deutsche Caritasverband unterstützt die Initiative „Digital für alle" anlässlich des ersten bundesweiten Digitaltages und formuliert gleichzeitig eine Forderung an die Gesellschaft und Politik: „Digitale Kompetenzen müssen gestärkt werden, wenn es darum geht, alten und jungen Menschen, Frauen und Männern in der digitalen Gesellschaft gleiche Chancen zu sichern", schreibt der Caritasverband. Noch immer sehen viele Befragte (58 Prozent) komplizierte Bedienungsanleitungen oder fehlende Unterstützung bei technischen Fragen oder unverständliche Angaben zum Datenschutz (53 Prozent) als Hemmnisse.
„Die Ergebnisse bestätigen unsere Praxiserfahrung. Vielen Menschen in unseren Einrichtungen und Diensten ist das Internet zu kompliziert. Sie verzichten auf die Nutzung digitaler Geräte, weil sie sich überfordert fühlen, und vermeiden sie, um sich nicht von der Unterstützung anderer abhängig zu machen. Selbst Menschen, die online sind, finden es herausfordernd, Waren und Dienstleistungen online zu bestellen oder Online-Banking zu betreiben. Diese Fertigkeiten sind aber zentral, wo beispielsweise in ländlichen Regionen Nahversorger oder Bankfilialen schließen", betont Caritas-Präsident Peter Neher.
Nach Meinung der Caritas müssen intensive Anstrengungen unternommen werden, um Fachkräfte in der sozialen Arbeit mit digitalen Kompetenzen auszustatten. Zudem müsste die Entwicklung digitaler Kompetenzen schon in die Lehrpläne für soziale Berufe oder Studiengänge implementiert werden. „Selbst digital affinen Menschen sind digitale Zusammenhänge oder Fachbegriffe nicht immer klar. Dieses Wissen ist aber notwendig, um Risiken souverän einschätzen zu können. Oder um mitzudiskutieren, wohin sich die digitale Gesellschaft entwickeln soll und wo die Grenzen liegen", so Neher. Die Caritas fordert deshalb, dass digitale Teilhabe nicht an mangelnder Kompetenz scheitern darf. „Dazu braucht es Bildungs- und Weiterbildungsangebote beispielsweise in Schulen, Ausbildungsinstitutionen, Volkshochschulen und in ehrenamtlichen Projekten. Wichtig werden lebenslanges Lernen und die Aufgabe, Langzeitarbeitslose, niedrig qualifizierte und ältere Menschen weiterzubilden, die keine digitale Qualifizierung am Arbeitsplatz erhalten", unterstreicht Neher. „In der Corona-Krise waren viele Kolleginnen und Kollegen von jetzt auf gleich gefordert, sich mit digitalen Beratungsinstrumenten vertraut zu machen oder Videoplattformen für Teambesprechungen zu nutzen. Learning by doing war für etliche von ihnen eine besonders herausfordernde Form digitalen Kompetenzerwerbs in kurzer Zeit", sagt Neher.

Christian Esser

WEGE ZUR DIGITALISIERUNG

Ein Bericht aus dem Leben an der Digitalisierungsfront. Darüber, was geht und was zwingend getan werden sollte.

Foto: © David Pereiras – stock.adobe.com

Die Digitalisierung lohnt - sogar bei ansonsten handfesten Branchen.

Zuerst eine gute Botschaft: Niemand wird „wegtransformiert", solange man in seinem Job komplex denkt oder dafür die eigenen Handfertigkeiten benötigt. Doch auch ein Friseur kann online einen 24/7-Terminkalender führen, damit die Fachkräfte ihre Arbeit nicht bei jedem Anruf unterbrechen müssen.

Doch woher kommt das richtige Tool? Bücher, Vorträge, Tutorials? Besser nicht. Vernetzen sollte man sich, eine Interessengruppe mit bis zu acht Leidensgenossen derselben Branche bilden, die sich regelmäßig und völlig offen über neue Ideen oder gescheiterte Vorhaben austauscht. Wird jeder Tipp und jede Arbeitsvorlage geteilt, erhält man auch etwas zurück.

Niemand weiß alles. Allein für Steuerkanzleien gibt es über 200 Tools – Tendenz stark steigend. Sollte eine Idee Potenzial haben, sofort loslegen. Man wird nie genug Freiraum oder eine zu 100 Prozent passende Lösung finden. Das lebende Experiment wird zum Standard inklusive ungewissen und teils fehlerhaften Ausgangs. Das sollte man annehmen und selbst aktiv werden. Die eigene Lernkurve kann einem niemand ersetzen.

Workflow des Unternehmens in eine Cloud verlagern

Zum Glück gibt es mittlerweile ein paar Best-Practice-Beispiele, an denen man sich orientieren kann. Meist sind diese in dem unterstützenden Teil der Wertschöpfungskette angesiedelt. Im Ergebnis sollten sämtliche verwaltende Workflows des Unternehmens sowie die dazugehörigen Dokumente revisionssicher in die Cloud verlagert werden. Warum Cloudsoftware? Die Anbieter haben meist standardisierte Schnittstellen zu vielen vor- und nachgelagerten Systemen. Es ist keine lokale Installation notwendig und Updates verlaufen unbemerkt. Zudem benötigt man nicht für jede Anwendung ein separates Konto mit unterschiedlichem Registrierungsprozess – ein User genügt.

Seinen Lieferanten sollte man mitteilen, dass nach einem Stichtag X nur noch digitale Eingangsrechnungen akzeptiert werden. Dieser Bitte werden die Lieferanten sicher entsprechen, um nicht in unnötigen Zahlungsverzug zu geraten. Natürlich sollte vorher ein zentrales Rechnungspostfach eingerichtet werden, das wiederum von einer cloudbasierten Buchhaltungssoftware überwacht wird.

Kleine Handbelege (z. B. Bewirtung oder Baumarkt) werden nach Erhalt direkt per Foto-App hochgeladen. Nach automatischem Import der Belege sollten diese auch digital geprüft und ggf. per digitaler Signatur freigegeben werden. Es bringt nichts, wenn man eine digital erhaltene Rechnung zur Prüfung beim Chef ausdrucken lassen muss, nur um diese dann gestempelt wieder einzuscannen. Medienbrüche gilt es, komplett zu eliminieren.

Digitalisierung als Produktivitätshebel

Die Buchhaltungsinformationen werden nach Freigabe per Volltexterkennung oder künstlicher Intelligenz vollständig ausgelesen und vorbelegt. Das System lernt und wird mit jedem weiteren Beleg besser, sodass schließlich auch Geschäftspartner, Erfolgskonten und Zahlungsziele erkannt werden. Nach einer Sichtprüfung erfolgt die Übergabe der Belege inkl. Buchungsinformationen per Schnittstelle an die Buchhaltung. 14 Tage später generiert die Cloudsoftware automatische Zahlungsvorschläge, die nur noch per Klick bestätigt werden müssen, da eine Schnittstelle (z. B. EBICS) zur Bank genutzt wird. Eine manuelle Überweisung je Vorgang ist damit Geschichte.

Kundenrechnungen werden direkt aus dem Fakturierungssystem ebenfalls per Schnittstelle in die Cloud übertragen, sodass offene Posten automatisch mit den Zahlungseingängen der Bankkonten ausgeziffert werden. Die Liquiditätsvorschau oder weitere Controlling-Auswertungen prüft man dann unterwegs auf dem Smartphone.

Ist das geschafft – und das ist garantiert sehr mühselig –, greift die Digitalisierung als Produktivitätshebel. Man macht dasselbe wie vorher, nur eben effizienter. Der nächste Schritt ist die Erschließung digitalbasierter Geschäftsfelder. Hier könnte ein Friseur etwa Styling-Tutorials auf YouTube anbieten und über die genutzten Pflegemittel Verkaufsprovisionen erhalten. So werden neue und hoch skalierbare Märkte erschlossen, die unabhängig vom Kernprodukt sind. Im Idealfall sogar mit Corona-Virenschutz.

Foto: HMK

Gastautor: Niklas Tober, Digitalisierungsbeauftragter bei HMK Dipl.-Kfm. Hans M. Klein + Partner mbB

MITTELSTAND INNOVATIV & DIGITAL

NRW fördert digitale Transformation kleiner und mittlerer Unternehmen

Foto: © bluedesign – stock.adobe.com

Kleine und mittlere Unternehmen werden gefördert.

Das Land Nordrhein-Westfalen will mit dem Programm „Mittelstand Innovativ & Digital“ (MID) gezielt kleine und mittlere Unternehmen in NRW bei der digitalen Transformation unterstützen. Die Landesregierung stellt dafür 11,8 Millionen Euro zur Verfügung. Wegen der Corona-Krise werden Fördersummen und Förderquote deutlich erhöht.

Das neue Förderprogramm der NRW-Landesregierung „Mittelstand Innovativ & Digital“ ist eine Weiterentwicklung des Vorgängerprogramms „Mittelstand.innovativ!“, mit dem kleine und mittelständische Unternehmen Prozesse, Produkte und Dienstleistungen digitalisieren konnten. Die Fördersummen der Innovationsgutscheine steigen auf bis zu 40.000 Euro an. Die Förderquote wird im Vergleich zum Vorgängerprogramm auf 80 Prozent erhöht. „Das Bewusstsein für die Digitalisierung und Innovation ist in den allermeisten kleinen und mittleren Unternehmen geweckt, dazu hat das Vorgängerprogramm einen wichtigen Beitrag geleistet. Wir möchten nun den nächsten Schritt gehen und die Entwicklung intelligenter Produkte, Dienstleistungen und Fertigungsprozesse passgenau fördern. Gerade in Zeiten der Krise zeigt sich, dass digital und innovativ aufgestellte Unternehmen flexibler handeln können. Wir unterstützen deshalb Betriebe in der Umsetzung von Projekten, damit sie gestärkt aus der Krise hervorgehen können. Wir erhöhen zudem die Förderquote, um auch in diesen schwierigen Zeiten die Liquidität der Unternehmen zu schonen“, sagt NRW-Wirtschaftsminister Prof. Dr. Andreas Pinkwart.

Förderprogramm umfasst vier Module

Auf Basis der Ergebnisse einer Unternehmensbefragung zu Innovations- und Digitalisierungsgutscheinen und der Erkenntnisse aus zwei Expertenworkshops wurde das bisherige Förderprogramm neu ausgerichtet. Unterstützt werden kleine und mittlere Unternehmen bei der Digitalisierung und Weiterentwicklung von Produkten, Dienstleistungen und Fertigungsprozessen in Zukunftsfeldern. Dabei grenzt das MID vier unterschiedliche Module voneinander ab: MID-Analyse, MID-Innovation, MID-Digitalisierung und MID-Assistent. Keine Förderung gibt es mehr für die Entwicklung von Websites und Webshops. Eine Förderung hierfür gibt es über das Bundesprogramm go-digital.

Lob für das neu ausgerichtete Digitalisierungs- und Innovationsprogramm gibt es von der IHK Köln. „Die Corona-Krise hat noch einmal deutlich gezeigt, wie wichtig eine belastbare digitale Infrastruktur und die stete Bereitschaft, sich ‚neu zu erfinden‘, für die Unternehmen in unserer Region sind“, sagt Elisabeth Slapio, Geschäftsführerin Innovation und Umwelt der IHK Köln. Das Digitalisierungsprogramm des Landes biete Unternehmen eine Vielzahl von Hilfen und sei eine Ergänzung zu den Programmen auf Bundesebene. „Die letzten Wochen haben insbesondere mittelständischen Unternehmen gezeigt, dass die digitale Weiterentwicklung für die Betriebe existenziell wichtig ist. Wir wollen den Unternehmen bei der Vielzahl an Möglichkeiten Orientierung geben“, sagt Slapio.

Christian Esser

IHRE NEUE IP-TELEFONANLAGE FÜR DEN DIGITALEN ARBEITSPLATZ

Ob Homeoffice, Cloud-Telefonanlage oder einfach nur ein klassisches Telefon auf dem Tisch.

Bei Kalthöfer bekommen Sie die perfekt zugeschnittene Kommunikationslösung für Ihr Unternehmen.

Rufen Sie uns an – wir kümmern uns, gemeinsam mit unserem Partner Unify.

0 21 61 / 96 96 - 0 oder 0 22 1 / 80 13 07 9 - 0 **www.kalthoefer.de**

unify Partner
Master OpenScape 4000
Master OpenScape Business

KALTHÖFER TELEKOMMUNIKATION

PLÖTZLICH IN NOT

Erst Rekordjahr, dann Absturz – Koelnmesse leidet unter Corona-Pandemie

Foto: Koelnmesse GmbH

Bis mindestens Ende August bleiben die Kölner Messehallen leer.

Noch im vergangenen Jahr sah alles so gut aus. Rekordumsatz, Millionenüberschuss – die Bilanz der Koelnmesse war großartig. Dann kam Corona. Plötzlich sieht sich das eigentlich gesunde Unternehmen sogar gefährdet. Wo sich sonst in den Messehallen Tausende dicht an dicht drängten, um einen Blick auf interessante Aussteller werfen zu können, schreiben derzeit höchstens Studenten Modulprüfungen.

Die Corona-Pandemie wirkt sich erheblich auf die Bilanzen der Koelnmesse aus. Durch Absagen und Verschiebungen verzeichnet das Unternehmen Einnahmeeinbußen in dreistelliger Millionenhöhe. Der Geschäftsbericht für 2019 weist düstere Szenarien auf, vor allem dann, wenn es keine Finanzhilfen geben sollte: „Sollten entgegen unseren Erwartungen und trotz des Umstandes, dass es sich bei der Koelnmesse ohne Berücksichtigung der Coronakrise um ein wirtschaftlich gesundes und zudem im Besitz der öffentlichen Hand befindliches Unternehmen handelt, die genannten Kreditmittel nicht rechtzeitig und in ausreichender Höhe gewährt werden, wäre das Unternehmen in seinem Bestand gefährdet.“ Das Management der Koelnmesse rechnet für das Geschäftsjahr 2020 mit einem „gravierenden Verlust“. Es werde Jahre dauern, um das Vorkrisenniveau wieder zu erreichen. 2021 möchte man schon wieder einen Gewinn ausweisen – bis spätestens 2024 will man kumuliert wieder Gewinne erzielen.

Dabei sah es vorher so gut aus. Das Geschäftsjahr 2019 war für die Koelnmesse das stärkste Ergebnis der Konzerngeschichte. Die Koelnmesse erwirtschaftete einen Umsatzrekord von 412,7 Millionen Euro und einen Überschuss von 30 Millionen Euro nach Steuern. Es wurden fast 80 Messen ausgetragen. Dabei nahmen rund 45.000 Aussteller teil. Etwa 2,3 Millionen Menschen besuchten die Messeveranstaltungen, allein zur letztjährigen gamescom kamen fast 375.000 Besucher. Doch in einer Zeit, wo Abstandsregeln gelten und Großveranstaltungen gänzlich untersagt sind, bleiben die Hallen leer. Hunderte Mitarbeiter der Koelnmesse sind seit Anfang April in Kurzarbeit. Stellenstreichungen seien derzeit nicht geplant. Um Kosten zu sparen, will die Führungsebene zudem auf Gehalt verzichten.

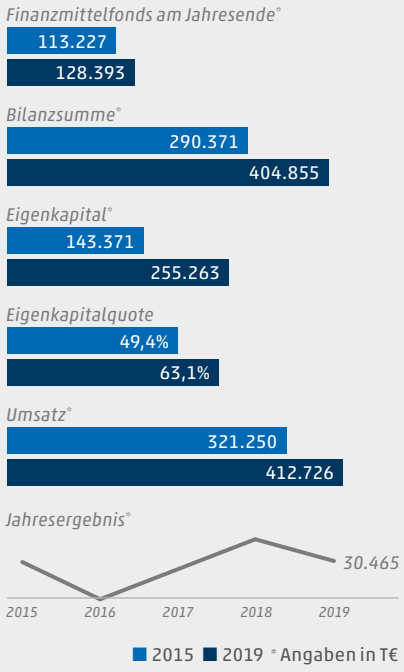
Finanzhilfe für Koelnmesse

Um das ohne Eigenverschulden in Not geratene Unternehmen vor einer Pleite zu bewahren, wollen die Stadt Köln und das Land NRW notfalls einspringen. Nötigenfalls soll durch zusätzliche Kreditlinien und Kapitalmaßnahmen die Liquidität der Koelnmesse sichergestellt werden. Mit der Stadt Köln wurde bereits vorsorglich ein Kreditrahmen vereinbart. Wie groß das finanzielle Minus ausfallen wird, ist noch nicht absehbar und hängt maßgeblich mit dem weiteren Verlauf der Pandemie zusammen. Doch auch wenn derzeit noch keine Messeveranstaltungen möglich sind, werden die umfangreichen Sanierungsmaßnahmen für das gesamte Gelände der Messe fortgesetzt. Alle geplanten Maßnahmen für 2020 mit einem Volumen von knapp 100 Millionen Euro sollen umgesetzt werden. Dazu zählt unter anderem die Fertigstellung der neuen Halle 1plus. Die Hallen 2 und 10 werden instand gesetzt. Wie es danach weitergehen wird, ist fraglich. Kostensenkungen und Verschiebungen von Investitionsprojekten seien ein Thema. Für die kommenden Jahre wollte die Koelnmesse mit ihrem Programm „KoelnMesse 3.0“ Sanierungs- und Digitalisierungs-Maßnahmen und zudem den Neubau ganzer Hallen vorantreiben. Durch die großen Einnahmeeinbußen scheint dies allerdings nun fraglich zu sein.

Ab September 2020 können möglicherweise wieder Fachmessen auf dem Kölner Messegelände stattfinden. Der Auftakt soll dabei die Garten-Messe spoga+gafa 2020 sein. Der größte Publikumsmagnet, die gamescom, wird in diesem Jahr als rein digitales Format vom 27. bis 30. August stattfinden. Der Geschäftsführer der Koelnmesse, Gerald Böse, warb gemeinsam mit Hotellerie und Gastronomie um eine Rückkehr von Messeausstellern und Besuchern: „Kommt nach Köln! Wir kümmern uns um eure Übernachtung, euren Aufenthalt und – ein Stück weit – um eure Anreise. Und wir sorgen uns um eure Sicherheit und eure Gesundheit!“

Christian Esser

Entwicklung der Koelnmesse *im Fünf-Jahres-Vergleich 2015 bis 2019*



Quelle: Koelnmesse GmbH

AUTOHAUS MIT HERZ

AutoLevy ab Juli in neuen Räumlichkeiten an der Widdersdorfer Straße

Foto: Agentur Farbenkollektiv

Wir als AutoLevy richten uns in unserer täglichen Arbeit voll und ganz nach den Bedürfnissen, Wünschen und Erwartungen unserer Kunden. Unsere rund 230 Mitarbeiter aus 15 Nationen eint der Ehrgeiz, ein Lächeln auf das Gesicht unserer Kunden zu zaubern und den Eindruck zu schaffen, der sie auszeichnet. Wertschätzung, Transparenz und Expertise zeichnen unsere tägliche Arbeitsweise aus und sind ein wichtiger Teil unserer Unternehmensphilosophie.

Als modernes und zukunftsorientiertes Unternehmen agieren nicht nur unsere rund 230 Mitarbeiter, sondern auch die Geschäftsleitung ganz im Zeichen einer innovativen Entwicklung von AutoLevy als bestem Autohaus. Mit unseren Partnern Toyota und Lexus als Pioniere mit weltmarktführender Technik Hybrid blickt AutoLevy inzwischen auf 46 erfolgreiche Unternehmensjahre zurück und befindet sich derzeit im Wechsel von der ersten zur zweiten Generation. An unseren fünf Standorten in NRW entwickelten wir uns als leistungsbewusste Familie zum führenden Anbieter von Fahrzeugen sowie Werkstatt- und Finanzdienstleistungen rund um Automobilität.

Für uns in Köln heißt es jetzt: Umzugskartons & Autos packen und „Tschüss Liebigstr.“. Wir können es kaum abwarten, unseren ersten Tag an unserem neuen Standort anzutreten, welcher voraussichtlich auf den 24.07.2020 datiert ist. Wir freuen uns darauf, Sie auf der Widdersdorfer Str. zu begrüßen, und fiebern dem Eröffnungstag ungeduldig entgegen. Unser neuer Standort bietet nicht nur Bestlage, sondern besticht auch durch attraktive & moderne Räumlichkeiten, welche eine absolute Wohlfühl-Atmosphäre schaffen. Wir freuen uns, Ihnen in der aktuellen Zeit eine Vielzahl von Leasing- und Finanzierungsmodellen anbieten zu können und somit ganz individuell Ihre Bedürfnisse und Anforderungen zu erfüllen.

Fair-Pay-Aktion sowohl bei Neu- als auch Vorführwagen

Ein besonderes Angebot ist aktuell unsere Fair-Pay-Aktion. Bei Abschluss eines Leasingvertrages können Sie die ersten drei Monate ohne Fälligkeit der Leasingrate fahren. Sie zahlen erst ab dem vierten Monat. So haben Sie die Möglichkeit, bereits jetzt ohne anfängliche monatliche Belastung Ihren Neuwagen zu fahren. Unser Angebot gilt sowohl für Privat- als auch Gewerbekunden.

Profitieren Sie jetzt von unserer Fair-Pay-Aktion sowohl bei Neuwagen als auch bei unseren Vorführwagen. Aktuell sind viele neue Modelle bei uns eingetroffen und können kurzfristig ausgeliefert werden. Unser Team freut sich auf Sie und hält attraktive Leasingdeals für Sie bereit. Wir stehen Ihnen bei allen Fragen beratend zur Seite und finden gemeinsam Ihren „Neuen“.

Wir laden Sie herzlich ein, uns an unserem neuen Standort in der Widdersdorferstr. 227–229 in 50933 Köln zu besuchen. Lernen Sie uns als familiäres Team kennen und tauchen Sie in unsere AutoLevy Welt ein. Unser tägliches Bestreben: Ihre Kundenzufriedenheit. Tag für Tag ruft unser Team mit viel Herzblut und Leidenschaft Bestleistungen ab. Wir sind in jeglicher Mobilitätsfrage Ihr richtiger Ansprechpartner! Damit Ihr Herz weiter rasen kann.

Ihr AutoLevy-Team

ⓘ *Weitere Infos: www.autolevy.de*

AUTOLEVY

WIR ZIEHEN UM

ab dem 25.07.2020

WIDDERSDORFERSTR. 227, 229

SCHULTERSCHLUSS MIT EBAY BESIEGELT

Deep-Tech-Startup Wranglab nutzt Natural Language Processing als Brücke zur Kundengewinnung im E-Commerce

Foto: Fotostudio Balsereit

Daniel Schäferhoff und Markus Odenthal, Gründer des Deep-Tech-Startup Wranglab, nutzen Natural Language Processing zur Kundengewinnung im E-Commerce.

Versierte Onlinehändler, die auf den Verkauf von Fahrzeugen und entsprechendem Zubehör spezialisiert sind, dürften häufig Berührungspunkte mit sogenannten Fahrzeugverwendungslisten haben. Sie sind zeitintensiv in der Erstellung, verhelfen jedoch zu einer erhöhten Käuferaktivität und stehen damit im Zentrum des Erfolgs im E-Commerce.

Daniel Schäferhoff und Markus Odenthal wissen um die Relevanz aussagekräftiger Produktinformationen, wenn es darum geht, Kunden im Onlinehandel für sich zu gewinnen. 2019 gründeten die beiden E-Commerce-Experten Wranglab, eine auf Natural Language Processing (NPL) basierte Technologie, die Händlern bei der Erstellung übersichtlicher und transparenter Fahrzeugdaten unter die Arme greift.

Der ersehnte Erfolg, den sich Händler mit dem Verkauf ihrer Produkte auf einer der global führenden Handelsplattformen wie eBay oder Amazon erhoffen, scheint zum Greifen nah. Der Weg, den sie gehen müssen, um das gewünschte Resultat zu erreichen, erweist sich dagegen oft als steinig.

Schnell den richtigen Käufer finden

Ob, und vor allem wie schnell, ein Produkt den richtigen Käufer findet, hängt von diversen Faktoren ab, maßgeblich etwa von der Qualität der bereitgestellten Informationen über einen Artikel. Um eine möglichst hochwertige Beschaffenheit der Daten zu gewährleisten, empfiehlt es sich laut Schäferhoff, entsprechende Verknüpfungen zwischen passenden Fahrzeugen und zu verkaufenden Artikeln herzustellen. Die Wahrscheinlichkeit, dass Artikel mit verknüpfter Fahrzeugverwendungsliste in den Suchergebnissen erscheinen, sei dann um ein Vielfaches größer und erhöhe somit auch die Verkaufschancen. Der Käufer kann sich seinerseits darauf verlassen, dass in der Suche genau jene Teile angezeigt werden, die in das Fahrzeug passen. Das Problem: Die manuelle Verknüpfung eines Produktes mit einer entsprechenden Fahrzeugverwendungsliste kann bis zu zwei Minuten in Anspruch nehmen und muss für jeden Motorradartikel einzeln durchgeführt werden. Bei einem großen Produktportfolio kommen Händler zwangsläufig an ihre Grenzen und die manuelle Erstellung strukturierter Daten entwickelt sich zur Mammutaufgabe.

Um Produkte schneller, einfacher und weniger kostenintensiv anzulegen, haben Schäferhoff und Odenthal lange nach einer externen Lösung gesucht. Des Rätsels Lösung konnten sie dabei nicht finden. Als sich die beiden letztes Jahr dazu entschlossen, das Problem selbst in die Hand zu nehmen, stießen sie schnell auf das sogenannte Natural Language Processing (NLP), ein Teilgebiet der künstlichen Intelligenz (KI).

Die Lösung facht Interesse von eBay an

Wie lässt sich also der zeitliche Aufwand umgehen, den es erfordert, um Daten multipler Lieferanten in das richtige Format zu bringen, ansprechende Überschriften zu verfassen und Produktbeschreibungen auf Papier zu bringen? Eine Antwort auf diese Frage sollten Schäferhoff und Odenthal eines Nachts im vergangenen Jahr bekommen, als sie sich einer Aufgabe stellen mussten, deren Lösung zunächst undenkbar schien: 60.000 Motorradprodukte sollten mit der sogenannten Motorradverwendungsliste verknüpft werden, die im Hintergrund dafür sorgte, dass die Artikel auf eBay über einen Filter gesucht werden können. Mit den verfügbaren Ressourcen standen die Chancen gegen null.

„Wir hatten weder die Manpower noch die nötigen finanziellen Mittel, um dieser Aufgabe gewachsen zu sein. Kalkulationen zufolge hätte die Erstellung der Liste für 60.000 Artikel ca. 2.000 Arbeitsstunden in Anspruch genommen. Aus dieser prekären Lage ist unsere erste Web-App-Lösung entstanden. Unser Ziel war es, einen Algorithmus zu entwickeln, der auf künstlicher Intelligenz beruht und sich stetig verbessert. Mithilfe von NLP haben wir es schließlich geschafft, alle Artikel über Nacht mit der Motorradverwendungsliste zu verknüpfen“, erklärt Schäferhoff.

Der Erfolg blieb nicht unerkannt. Es brauchte nur wenige Tage, bis Entscheider von eBay bei den beiden Gründern anklopften.

Wie sie das in dieser kurzen Zeit geschafft haben, wollten sie wissen. Und ob diese Lösung auch für andere Händler anwendbar sei. Die Antwort der Wranglab-Gründer: ein klares Ja. Die Einladung nach Berlin war damit sicher.

Die Zukunft denkt in Plattformen

Um seinen Kunden die App-Lösung kostengünstig anbieten zu können und zweiseitige Netzwerkeffekte zu erzielen, baut Wranglab das auf SaaS (Software as a Service) basierende Geschäftsmodell derzeit zu einer Plattform aus. Neben der Möglichkeit, die Preise niedrig zu halten, eröffnet ein weiterer positiver Nebeneffekt die Aussicht darauf, schneller zu skalieren und das Wachstum zu beschleunigen.

„Bei einer Anzahl von 20.000 Artikeln, die bis zu 660-mal schneller mit der entsprechenden Fahrzeugverwendungsliste verknüpft werden, lassen sich 94 Prozent der Personalkosten einsparen. Außerdem sind Umsatzsteigerungen von ca. 4 Prozent möglich. Die Motorradverwendungsliste ermöglicht den Käufern eine bessere und einfache Produktsuche über einen Filter auf dem eBay-Marktplatz. Unsere Mission ist es langfristig, das Shopify für den E-Commerce zu werden, also eine Art Ökosystem für das Thema Produktdaten. Wir wollen Entwickler, Händler, Lieferanten und Produktspezialisten auf unserer Plattform vereinen. Das Warum dahinter ist simpel: App-Entwickler und Lieferanten ziehen Kunden an. Kunden locken wiederum weitere App-Entwickler an. Unseren Usern (den Händlern) möchten wir so ein breites Spektrum verschiedener App-Lösungen für ihr Business anbieten", so Odenthal.

Foto: © wolterke. – stock.adobe.com

Der Onlineriese eBay interessiert sich für die Entwicklungen des Kölner Startups Wranglab.

Gastautorin: Olga Rube

ⓘ Weitere Infos unter: www.startplatz.de STARTPLATZ Köln, Im Mediapark 5, 50670 Köln, E-Mail: info@startplatz.de, Tel.: 0221 97580200

STARTPLATZ

DIE WIRTSCHAFT *ist offizieller Partner von STARTPLATZ – dem Start-up-Inkubator, Coworking-Space-Anbieter und Treffpunkt für die rheinische Gründerszene in Köln und Düsseldorf.*

BAUSTELLEN-MANAGEMENT

IHK-Studie zeigt Verbesserungspotenziale

Foto: © sp4764, fotohansel - stock.adobe.com

Baustellen rund um Köln könnten laut einer IHK-Studie oftmals schneller abgeschlossen werden.

Trotz der im Zuge der Corona-Pandemie entstandenen Wirtschaftskrise sind die Unternehmen in und rund um Köln auf eine gute Verkehrsinfrastruktur angewiesen. Doch die Unternehmen sind auch in besonderem Maß von Einschränkungen wie Baustellen betroffen. Damit sich dies künftig ändert, hat die Industrie- und Handelskammer Köln gemeinsam mit der Technischen Hochschule Köln eine Studie erstellt.

Die Studie „Baustellenmanagement im Bezirk der IHK Köln“ befasst sich mit dem System der Baustellenplanung in Köln und der Region und versucht, Optimierungsmöglichkeiten zu identifizieren. Schon im Jahr 2017 hatte die IHK Köln eine Studie zu diesem Themenbereich durchgeführt. Laut IHK laufen im Vergleich zur Studie von vor drei Jahren bereits viele Aspekte besser. Dennoch sehen die Autoren der Studie weitere Potenziale für Verbesserungen. „Ausbau- und Instandsetzungsarbeiten sind ohne gewisse Einschränkungen durch Baustellen nicht möglich“, sagt Dr. Ulrich S. Soénius, Geschäftsführer Standortpolitik der IHK Köln. „Die Belastungen können jedoch mit einem geschickten Baustellenmanagement deutlich verringert werden. In den vergangenen Jahren sind auf diesem Gebiet einige beachtenswerte Fortschritte gemacht worden. Es gibt aber noch weiteres Potenzial, wie unsere neue Studie deutlich zeigt.“ Laut Soénius hätten in den vergangenen Jahren die Bezirksregierung Köln, die Stadt Köln, Straßen.NRW sowie weitere Akteure in der Region Verbesserungen bei der Koordination von Baustellen realisieren können. Dies sei im Sinne der Forderungen, die die IHK Köln bereits 2017 vorgestellt hatte. Nach Meinung der IHK Köln würden die Abstimmungsgremien bei der Bezirksregierung vorbildlich arbeiten. Zudem habe sich die Öffentlichkeitsarbeit verbessert. Die IHK Köln sieht zudem Fortschritte bei der Digitalisierung.

Handlungsbedarf besteht weiterhin

Doch sieht die IHK ihre Vorschläge von 2017 nur zur Hälfte oder teilweise gar nicht umgesetzt. Zur Vorgängerstudie hatte die IHK einen 10-Punkte-Plan erstellt. Die aktuelle Studie hat den Stand und die Entwicklung der Maßnahmen untersucht und eine Potenzialanalyse zu den fünf Schwerpunktthemen „Akteure, Organisation, Gremien, Prozesse und Workflows“, „Digitalisierung“, „Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit“, „Kennzahlen“ und „Vertragsgestaltung und Anreizsysteme“ durchgeführt. Die Kammer bemängelt beispielsweise, dass die Stadt Köln weiterhin keine Kennzahlen zum Baustellenmanagement veröffentlicht, obwohl die Daten dafür eigentlich vorliegen müssten. Baustellenanträge in der Langfristplanung müssten von den Beschäftigten der Stadtverwaltung weiterhin manuell zusammengetragen werden. Erst seit der Corona-Pandemie habe die Stadt die Möglichkeit geschaffen, Anträge elektronisch zu stellen. Zuvor war noch die persönliche Abgabe des Antrages üblich. „Es gibt weiterhin Verbesserungsmöglichkeiten. Die Akteure können dabei die neue Offenheit für digitale Anwendungen in der Corona-Krise als Katalysator nutzen“, erklärt Soénius. Er mahnt, dass neben Koordination und Digitalisierung auch die Vertragsgestaltung ein äußerst wichtiger Steuerungsfaktor für das Baustellenmanagement in der Region sei. „Der Konflikt um die Leverkusener Brücke hat das zuletzt einmal mehr bewiesen“, sagt Soénius.

Die Autoren der Studie haben ihre Erkenntnisse in einem Fünf-Punkte-Plan festgehalten. Dazu zählen:

- Workflow der Baustellenkoordination verbessern und weitere Akteure einbeziehen
- Digitalisierung der Genehmigung, Planung und Abstimmung von Baustellen
- Öffentlichkeitsarbeit weiter verbessern
- Kennzahlen-Cockpit zur Transparenzerhöhung für das Baustellenmanagement erstellen und veröffentlichen
- Vertragsgestaltung und Anreizsysteme zur Verkürzung der Baustellen ausweiten

„Angesichts des Zustands der Infrastruktur in unserer Region und des Ausbaubedarfs wird es in Zukunft kaum weniger Bautätigkeiten geben“, glaubt Soénius. „Es kommt also nicht auf das Ob, sondern auf das Wie an. Dafür bietet unsere Studie viele Anregungen und Best-Practice-Beispiele.“

Christian Esser

BUDGET-ERHÖHUNG

Stadt Köln stockt das "Zentrenbudget" auf.

Initiativen in Köln sollen stärker gefördert werden.

Ideen für den Einzelhandel in Köln sollen künftig noch stärker gefördert werden. Zudem plant die Stadt eine Erhöhung des Budgets für die Geschäftszentren vor Ort, damit sollen Betriebe besser durch die Corona-Krise kommen können.

Die Verwaltung der Stadt Köln möchte das sogenannte „Zentrenbudget“ für das Jahr 2020 von 30.000 auf 100.000 Euro aufstocken. Damit soll ein Beitrag zur Aktivierung des Vor-Ort-Einzelhandels geleistet werden. Der maximale Förderbetrag soll zudem von bisher 2.499 auf 4.999 Euro angehoben werden. So sollen die Folgen der Wirtschaftskrise durch die Corona-Pandemie abgefedert werden. Außerdem plant die Verwaltung eine Absenkung des Eigenanteils der Antragstelle von bisher 50 auf künftig 20 Prozent. Diese Absenkung soll bis Ende 2020 gelten. Die politischen Gremien der Stadt sollen nun über die Beschlussvorlage mit dem Titel „Zentrenbudget – Aktualisierung von Konzept und Förderrichtlinie zur Aktivierung privater Initiativen in Geschäftszentren“ beraten.

Zusätzliche Belastung durch Corona

Die Auswirkungen der Digitalisierung des Handels und weitere Veränderungsprozesse belasten die lokalen Einzelhändler und Geschäftszentren. Die Corona-Pandemie hat diese Problemlage zusätzlich verschlimmert, die Verwaltung der Stadt Köln spricht in diesem Zuge von einem „Trendbeschleuniger“. Als Folge wurde die Zahl kleiner Einzelhändler und Dienstleister kleiner, schon vor der Corona-Krise. Damit sich dieser Trend nicht weiter fortsetzt, hat die Verwaltung bereits im April 2020 angekündigt, die Budgets zu erhöhen und die Förderrichtlinien anzupassen.
Bereits 2011 hatte der Rat der Stadt Köln das Konzept und die Förderrichtlinien beschlossen. Damit bietet die Stadt Köln lokalen Akteuren, wie bspw. Interessen-, Werbe- und Eigentümergemeinschaften, Bürgervereinen, Aktionsgemeinschaften und ähnlichen Interessenvertretungen, Anreize und eine Mitfinanzierung bei der Initiierung und Umsetzung von Maßnahmen an, die die lokalen Einzelhändler in den Kölner Geschäftszentren unterstützen. Nahversorgungseinrichtungen in den Bezirken und die Geschäftszentren sollen so stabilisiert und gestärkt werden. Dabei ersetzt das Zentrenbudget nicht die Regelförderung oder Regelfinanzierung von bereits etablierten Maßnahmen. Stattdessen soll das Zentrenbudget dazu beitragen, neue und zusätzliche Ideen mit Initialfunktion und Vorbildcharakter für ähnliche Aktionen zu realisieren.

Zentrenbudget fördert Initiativen seit 2011

Das Zentrenbudget hat sich seit 2011 als Förderinstrument für den Kölner Handel bewährt. Insgesamt wurden zwischen 2011 und 2020 insgesamt 20 Bewilligungen für vielfältige und breit angelegte Projekte ausgesprochen. Dazu zählen bspw. die Initialisierung eines „Bürgerladens“ im Kölner Stadtteil Vogelsang oder die Neugestaltung von Internetpräsenzen verschiedener Interessengemeinschaften bis hin zum Adventsmarkt mit LED-Weihnachtsbeleuchtung und Eislaufbahn. Im Jahr 2019 wurden bspw. das „Frühlingserlebnis“ auf der St.-Apern-Straße, das Frühlingsfest in Lindenthal sowie die „Brauweiler Genussmeile“ über das Zentrenbudget unterstützt. Seit 2011 wurden etwa 48.000 Euro für 20 bewilligte Projekte ausgeschüttet.
Die Stadt Köln konnte allerdings nicht alle eingereichten Anträge bewilligen, da die Zahl der Anträge über die Zahl der möglichen Bewilligungen hinausging. Zudem wurden Projekte nicht berücksichtigt, da sie nach Prüfung entweder nicht den Zielen der Förderung entsprachen oder formale Gründe eine Bewilligung nicht möglich machten.

Christian Esser

Ihr Vertrauen
ist unsere Motivation

BÖCKER
INDUSTRIEBAU

Ihr Unternehmen braucht Platz. Ihr Geschäftsmodell soll sich entwickeln können. Den Freiraum dafür plant, konstruiert und realisiert Böcker Industriebau.

BÖCKER INDUSTRIEBAU GmbH
Bismarckstraße 9 · 41747 Viersen
T: +49 (0) 2162 / 14 49 305
E: info@boecker-industriebau.de
www.boecker-industriebau.de

DIE ZUKUNFT DER LOGISTIKBRANCHE

Die Logistikbranche lebt nicht zuletzt von engagierten Familienunternehmern

Foto: Gilog GmbH

Seit 18 Jahren ist die Gilog GmbH mit Hauptsitz in Frechen am Markt erfolgreich tätig.

Der DSLV (Deutsche Speditions- und Logistikverband) sieht im jetzt ausgehandelten Konjunktur- und Krisenbewältigungspaket ein richtiges, wenn auch 130 Milliarden Euro teures Signal der Zuversicht an die Gesellschaft.

„Inhaltlich ist das Paket ein Mix aus politischen Absichtserklärungen der Vergangenheit und neuen Detailförderungen für einzelne Zielgruppen“, so Axel Plaß, Präsident des DSLV. Zwar hebt der Ausschuss hervor, dass „eine leistungsfähige Verkehrs- und Mobilitätsinfrastruktur Voraussetzung für einen raschen Aufschwung und neues Wachstum in praktisch allen Wirtschaftsbereichen ist“, das Paket speziell für den Logistik- und Güterverkehrssektor ist aber eher pauschal und sparsam angelegt.

Der Erfolg insgesamt wird stark von der Wirksamkeit der Einzelmaßnahmen abhängen. Dabei bleibt fraglich, ob die auf sechs Monate befristete Absenkung der Mehrwertsteuer um drei Prozent die Binnennachfrage und den privaten Konsum in einem Umfang ankurbelt, der die Einnahmeverluste und den administrativen Aufwand rechtfertigt.

Logistikbranche ist auf verlässliche Eckpunkte angewiesen

Gerade die mittelständisch geprägten Unternehmen der Speditions- und Logistikbranche sind auf verlässliche politische Eckpunkte angewiesen. Zahlreiche dieser Unternehmen sind Familienunternehmen, die, teils seit Generationen, einen hervorragenden Job abliefern.

Eines dieser erfolgreichen Familienunternehmen ist die Gilog GmbH mit Standorten in Frechen und Bergheim. Im Fokus des seit 18 Jahren am Markt tätigen Unternehmens stehen innovative Logistiklösungen, die den Wettbewerbsvorteil ausmachen. Mehr als 60 Mitarbeiter erwirtschaften einen Jahresumsatz von 14 Millionen Euro.

Güter von A nach B zu transportieren, ist dabei nicht der relevante Faktor. Vielmehr steht heute im Vordergrund, den Kunden ein Rundumpaket an Logistikdienstleistungen zu offerieren. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen stehen vor der Herausforderung, eine Vielzahl an Problemen zu bewältigen. Häufig scheitert es hier schon an der Manpower. Und die Gilog GmbH beweist, wie man diese Unternehmen mit logistischen Lösungen unterstützen kann.

Mit Globalisierung und Digitalisierung Schritt halten

Besonders im Wachstum befindliche Firmen stehen vor der großen Aufgabe, mit den Bedürfnissen der Kunden und der vorschreitenden Globalisierung und Digitalisierung Schritt zu halten. Da in den meisten Branchen sowohl der Zeit- als auch der Kostendruck wächst, ist das häufig mit den vorhandenen Mitteln nicht zu bewerkstelligen. Hier kann ein Dienstleister, der ein Rundumpaket anbietet, hilfreich und wegweisend sein.

Von Lagerlogistik, E-Commerce-Lösungen, Analyse und Konzeption über Frachtmanagement bis hin zu Mehrwertdienstleistungen bietet die Gilog GmbH Kunden all das, was zu einer modernen Logistik gehört. Frank Oelschläger, der Geschäftsführende Gesellschafter der Gilog GmbH, hat erkannt, wie wichtig in seiner Branche gute Kontakte sind. Deshalb ist er gut vernetzt und Mitglied beim Verband „Die Familienunternehmer“, wo er den Posten des stellvertretenden Regionalkreisvorsitzenden der Metropolregion Köln – Bonn einnimmt. Weiterhin ist er als Präsident des LOG-IT Club des Kompetenznetzes LOGISTIK.NRW tätig und ist zudem Mitglied der Vollversammlung der IHK zu Köln.

Ähnlich wie der Branchenverband DSLV sehen auch „Die Familienunternehmer“ das 130-Milliarden-Euro-Programm zur Ankurbelung der Konjunktur zumindest in Teilen positiv. Ihr Präsident Reinhold von Eben-Worlée erläutert: „Mit diesem Konjunkturpaket kann es zweifellos gelingen, die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie für unser Land kurzfristig und unmittelbar abzumildern. Maßnahmen wie die zeitlich begrenzten Mehrwertsteuer-Absenkungen, die Deckelung der Sozialausgaben und die Verrechnung der Verluste mit Vorjahresgewinnen sind richtige und wichtige Impulsgeber. Auch das 25-Milliarden-Paket für krisengeschädigte Unternehmen wird viele Firmen retten und den Wirtschaftsmotor in Deutschland schnell wieder anspringen lassen. Doch was dann? Um trotz dieser vielen Milliarden auch längerfristig unsere Wirtschaftskraft stabil am Laufen zu halten, bietet das Paket bisher nicht genug strukturelle Hilfen.“

ⓘ Weitere Informationen zum Verband „Die Familienunternehmer“ unter www.familienunternehmer.eu

Für den 1. FC Köln ist NetCologne jetzt auch IT-Cologne.

Vom Netzwerk bis zum Rechenzentrum: NetCologne ist mit im Team.

Dominic Theißen ist IT-Leiter beim 1. FC Köln. Bei ihm spielt NetCologne so etwas wie den Libero: Wir liefern die IT, die den Spielbetrieb erst möglich macht. Vom Netzwerk, das Sportstätten und Offices verbindet bis hin zum sicheren Rechenzentrum, in dem alle Daten zusammenlaufen. Auch wenn wir keine Tore schießen, sind wir stolz, ein Teil der Mannschaft zu sein.

Was können wir für Ihre IT tun? netcologne.de/business

NetCologne

AUFGEFANGEN IN HARTZ IV

Kleinstunternehmen in der größten Krise

Foto: © slasnyi – stock.adobe.com / Icons: Re Gara – stock.adobe.com

Seit Wochen haben etliche Kleinunternehmer kein Geld mehr in der Tasche. Sie mussten Hartz IV beantragen.

Viele Soloselbstständige sind bei den staatlichen Hilfsprogrammen, die wegen der Corona-Pandemie aufgelegt wurden, durchs Raster gefallen. Um Miete und Lebensmittel, aber auch Versicherungen zahlen zu können, mussten sie Hartz IV beantragen. Zwei Betroffene berichten.

Marco Nau ist Masseur. Und eigentlich könnte er seinen Job wieder ganz normal ausüben. Doch so einfach ist das nicht. Der 45-Jährige ist mobil unterwegs, er massiert die Mitarbeiter an ihrem Arbeitsplatz. Zu seinen Kunden gehören große Unternehmen in Köln und die lassen ihre Mitarbeiter immer noch im Homeoffice arbeiten. Das wiederum bedeutet auch weiterhin Leerlauf für Nau.

Dabei hatte er vor der Krise mit seinem Unternehmen „Massago“ mehr als gut zu tun. „Mein Kalender war voll“, sagt der Masseur. Und – obwohl das Leben sich langsam wieder zu normalisieren scheint – für den 45-Jährigen bleibt der Shutdown, wie er zu Anfang war, weiter bestehen. „Die großen Unternehmen, wozu auch viele Versicherungsunternehmen hier in Köln gehören, setzen nach wie vor sehr stark auf Homeoffice-Arbeit“, erklärt Nau, der in den letzten Wochen ein Hygiene-Konzept erstellt hat, das auch von seinen Auftraggebern als gut befunden wurde. Doch solange die Mitarbeiter von zu Hause aus arbeiten, kann sein Geschäft nicht wieder anlaufen.

Hartz IV, um Lebenshaltungskosten zu decken

Wie lange dieser Zustand noch andauert, sei schwer abzuschätzen. Auch deshalb habe er die Soforthilfe des Bundes und des Landes NRW dankbar angenommen. Doch weil Anfang April die Verwendungsmodalitäten des Geldes verändert wurden, beantragte Nau direkt Hartz IV, um seine private Miete und einen Teil seiner Lebenshaltungskosten decken zu können. Einen Teil nur deshalb, weil trotz der Grundsicherung eine Lücke von etwa 800 Euro klafft. 1500 Euro überweist ihm das Jobcenter insgesamt. Miete und Heizkosten gehen davon ab. Zum Leben bleiben 423 Euro. Der Regelsatz der Grundsicherung. Davon aber muss er Versicherungen wie seine Berufsunfähigkeitsversicherung zahlen, seine private Altersvorsorge, denn als Selbstständiger zahlt er nicht in die gesetzliche Rentenversicherung ein, auch seine private Krankenversicherung wird nicht komplett übernommen. „Nur der Basistarif wird abgedeckt“, so Nau. Auch wenn das Geld nicht ausreicht, Nau hat ein wenig Erspartes, das ihm zurzeit noch hilft, die Lücke zu füllen, ist er trotzdem sehr dankbar, dass es diese Möglichkeit der Unterstützung gibt. Im Stich gelassen fühle er sich nicht. Von der Soforthilfe, die er für seine Soloselbstständigkeit erhalten hat, kann er ausschließlich seine Betriebskosten decken. „Von dem Geld ist noch was vorhanden. Wenn es aber nun noch länger dauert, bis ich meine Tätigkeit wieder richtig aufnehmen kann, weiß ich nicht, wie es weitergehen soll. Es gibt so viele Unsicherheiten und unterschiedliche Auskünfte, wie wir mit der Soforthilfe verfahren dürfen.“

Bis zu 6.000 Kölner beantragten die Grundsicherung

Nau ist nicht der Einzige, der das Arbeitslosengeld II, also Hartz IV, beantragen musste, um überleben zu können, wie eine Nachfrage beim Jobcenter Köln ergab. „Endgültige und gesicherte Zahlen können wir aber erst nach drei Monaten herausgeben. Daher können wir zum jetzigen Zeitpunkt nur eine Tendenz sehen“, sagt Sprecherin Katharina Staudt.

Allein im März und April gingen zwischen 5.000 und 6.000 neue Anträge auf Grundsicherung ein. „Darunter sind etwa ein Drittel Selbstständige“, wie Staudt anmerkt.

Der Antrag auf Grundsicherung wurde verkürzt und insgesamt wurden weniger Nachweise eingefordert. So wird in den ersten sechs Monaten vorhandenes Vermögen nicht überprüft, es müsse lediglich erklärt werden, dass kein erhebliches Vermögen vorhanden ist, und die Ausgaben für Unterkunft und Heizung werden in dieser Zeit in voller Höhe übernommen. „Selbstständige müssen bei der Antragstellung angeben, ob sie in der nächsten Zeit mit Einkünften rechnen und in welcher Höhe diese erwartet werden. Diese Prognose wurde stark vereinfacht. Durch diese Vereinfachungen können Anträge schneller bearbeitet werden und der Aufwand für den Antragsteller wird möglichst gering gehalten“, teilt Staudt mit.

Wer die sogenannte Corona-Soforthilfe des Landes NRW erhalten habe, müsse

keine Sorge haben; sie werde nicht angerechnet, da sie nicht zur Sicherstellung des persönlichen Lebensunterhalts vorgesehen ist. Es wird also kein Antrag abgelehnt, weil jemand diese Soforthilfe bekommen hat. Trotzdem haben sich viele Betroffene Zeit mit einem Antrag gelassen. Wie die Geschäftsführerin des Jobcenters Köln, Martina Würker, sagt, haben die Mitarbeiter des Jobcenters wahrgenommen, dass Menschen, die schon sehr lange selbstständig sind, bis zuletzt versucht haben, über die Runden zu kommen. Sie hätten offenbar Angst davor gehabt, mit einem Antrag auf Grundsicherung auch ein Stück Freiheit und Unabhängigkeit zu verlieren. Dieses Gefühl aber solle niemand haben, menschlich könne sie das allerdings mitfühlen.
„Der Weg in ‚Hartz IV' ist leicht geworden - und den Weg wieder raus möchten wir intensiv unterstützen. Dabei sind die Jobcenter aber auf die Gesetzgebung angewiesen. Mehrfach musste schon nachkorrigiert werden – mit bester Absicht. Denn niemand hatte langfristige Planungssicherheit in den letzten Monaten. Ich persönlich wünsche mir, dass alle – und in diesem speziellen Fall die Kulturschaffenden, die unser Land so sehr bereichern – einen Weg zurück in ihr Schaffen finden", ergänzt Würker.
Als leichten Weg empfindet Michael Grulich das Prozedere nicht. Er gehört zu denjenigen, die länger damit gewartet haben, einen Antrag auf Hartz IV zu stellen. Ein bisschen unangenehm war es ihm schon, diesen Antrag auszufüllen. Vor dem Nichts zu stehen kannte er bislang nicht. Er hatte sehr gut zu tun. Grulich ist DJ. Der gelernte Zimmermann hat sein Handwerk vor fünf Jahren gegen seine Passion, als DJ auf Firmen- und privaten Feiern für Stimmung zu sorgen, getauscht. Bereut hat er es nie. Doch finanziell so schlecht wie jetzt ging es ihm noch nie. „Sämtliche Aufträge – und die Auftragsbücher waren voll – wurden gecancelt. Wann es für mich weitergeht, weiß ich nicht", erzählt der 42-Jährige.
Grulich beantragte und erhielt die Soforthilfe in Höhe von 9.000 Euro vom Land. Weil aber das Land die Richtlinien änderte und das Geld ausschließlich für Betriebskosten verwendet werden darf, beantragte er Ende April Hartz IV. Bis heute ist sein Antrag nicht genehmigt. „Ich habe sämtliche Daten offenlegen müssen, etliche Bögen ausgefüllt, meinen Pass, meine Kontoauszüge kopiert und eingeschickt. Von Vereinfachung habe ich nichts gemerkt", meint Grulich, der aber auch noch nie zum Amt gehen musste. Sogar seine Genehmigung der Soforthilfe wollten die Mitarbeiter haben. Darüber wunderte er sich besonders. „Das eine hat doch mit dem anderen nichts zu tun", meint er.
Da Grulich nicht allein lebt, musste auch seine Lebensgefährtin ihre finanziellen Gegebenheiten offenlegen. „Das kann eigentlich nicht zu viel sein, sie arbeitet in einer Apotheke und verdient nicht genug für uns zwei", sagt Grulich, der einfach froh wäre, wenn der Antrag ihm bald genehmigt würde. „Ich bin doch völlig unverschuldet in diese Lage geraten und nun wurde ich auf Hartz IV verwiesen", sagt der Geschäftsmann, der zuvor immer gut zu tun hatte. Für ihn ist die neue Situation mehr als unbefriedigend. Er hat Angst um seine Existenz und blickt skeptisch in die Zukunft. Größere Feiern, für die er normalerweise gebucht wird, dürfen erst einmal nicht mehr stattfinden. An seinem Geschäftsmodell aber will er festhalten. Noch hat er keinen Plan B.
Er wäre einfach froh, wenn ihm die Grundsicherung genehmigt wird. „Mit dem Geld werde ich schon irgendwie klarkommen. Es ist ja nicht für immer", sagt Grulich, der sich bewusst ist, dass er sehr viel weniger Geld zur Verfügung haben wird. Er ist zuversichtlich, dass er, sobald das Leben, auch das der Veranstalter und somit für ihn als DJ, wieder normaler läuft, an seinen Geschäftserfolg wieder anknüpfen kann.

Susanne Wächter

Foto: © bluedesign – stock.adobe.com / Icons: Re Gara – stock.adobe.com

Das Jobcenter springt ein, wenn Soloselbstständige ihren Lebensunterhalt aufgrund der Krise nicht mehr selbst bestreiten können.

Foto: © A.Rein – stock.adobe.com / Icons: Re Gara – stock.adobe.com

Die Formalitäten, einen Hartz IV Antrag auszufüllen, sind während der Corona-Krise vereinfacht worden.

GEWINNER UND VERLIERER

Nur wenige Unternehmen konnten von der Coronakrise profitieren. Wer geht wie das Thema an?

Mit dem Fahrrad durch Corona: Zweiräder sind gefragt wie selten.

Foto: © Kzenon – stock.adobe.com / Icons: Re Gara – stock.adobe.com

Vom Freiberufler bis zum Großkonzern spannt sich der Bogen der Unternehmen, die von der Coronakrise betroffen sind. Neben vielen, die praktisch gar keine Umsätze mehr generieren konnten, gibt es wenige, die sogar von dem Shutdown profitiert haben.

Freiberufler und Künstler, die ihrer Arbeit im Alleingang nachgehen, werden als sogenannte Solo-Selbstständige bezeichnet. Das kann der Werbetexter sein oder die Diplom-Übersetzerin, der bildende Künstler oder die Webdesignerin, die in den eigenen vier Wänden arbeitet und den Kontakt zu Kunden per Telefon und E-Mail hält.
Sie sind das letzte Glied in der Kette von Unternehmen, die die Coronakrise besonders hart trifft. Denn deren Kunden fallen ebenfalls Corona zum Opfer und müssen sparen. Das heißt, die Werbeagentur wird eine Weile auf den freien Texter verzichten, das Autohaus wird die Überarbeitung seiner Webseite auf einen späteren Termin verschieben. So wie Dominosteine fallen, so verläuft eine Abwärtsspirale von oben nach unten. Der Konzern lässt die Produktion ruhen und schickt seine Mitarbeiter in Kurzarbeit. Nicht zuletzt, um ihnen eine Kündigung zu ersparen. In gleicher Weise verfährt der Mittelständler. Durch Einsparungen oder das Einbringen von Eigenkapital kann er eine Weile überbrücken.

Solo-Selbstständige mit Problemen

Für die Solo-Selbstständigen ist die Situation schwieriger. Sie haben nur wenige Fixkosten, wenn sie von zu Hause aus arbeiten. Allerdings: Ausgaben für Miete und Krankenversicherung, Kommunikation und Pkw, um die größten Batzen zu nennen, laufen weiter. Hier hat die Bundesregierung die Corona-Soforthilfe ins Leben gerufen. Ein gut gemeintes Steuerungsinstrument, um die auftretenden finanziellen Engpässe zu überbrücken. Allerdings sind die Voraussetzungen für den Bezug derart umfänglich und unübersichtlich, dass viele von einer Beantragung abgesehen haben.
Starke Einbrüche verzeichnete das Hotel- und Gastgewerbe. Und auch nach der Wiedereröffnung des Gastgewerbes fiel der Ausblick der Hoteliers an Rhein und Ruhr für Pfingsten erschreckend aus. Von 460 befragten Hotels geben 85 Prozent der Betriebe an, dass sie geöffnet haben werden, aber ein wirtschaftliches Handeln unter Berücksichtigung der coronabedingten Auflagen nicht möglich ist. Denn: Die Gesamtauslastung über die Pfingsttage liegt nur bei rund 16 Prozent. Davon entfallen 83 Prozent auf Touristen und 17 Prozent auf Geschäftsreisende.

Gastronomie kommt nur langsam in Schwung

„Auch wenn die Hotels wieder Touristen begrüßen dürfen, ist die Nachfrage zu einem sonst reisestarken Pfingstwochenende gering. Die Unternehmer/-innen stehen aufgrund der geltenden Abstandsgebote, Kontaktbeschränkungen und Hygieneauflagen mit dem Rücken zur Wand“, erklärt der Präsident des DEHOGA Nordrhein e.V., Hennig Thomas Graf von Schwerin, die Umfrageergebnisse. „Die aktuellen Aussagen beweisen die katastrophale Ausnahmesituation, in der sich die Branche nunmehr seit fast drei Monaten befindet.“
Anders verhält es sich bei den Obst- und Gemüsebauern in Köln und dem Umland. Da durch die Coronabeschränkungen das Leben größtenteils auf die eigenen vier Wände reduziert wurde, wurde auch wieder mehr zu Hause gekocht. Die Kitas und Schulen waren geschlossen, Betriebskantinen fuhren ein deutlich abgespecktes Programm, Millionen entdeckten die Heimarbeit: Da kam dem gemeinsamen Mittag- oder Abendessen eine ganz neue Wertigkeit zu. Es wurde bewusster gekocht, mit frischen Zutaten, und die am besten aus ökologischem Anbau. Zudem nimmt die Zahl der sich vegan oder vegetarisch ernährenden Personen weiter zu. Entsprechend empfängt die Startseite von Bioland-Apfelbacher aus Brenig den Leser mit folgendem Hinweis: „Aufgrund der sehr großen Nachfrage können wir momentan in unserem Lieferservice keine neuen KundInnen mehr aufnehmen. Sobald es wieder geht, werden wir diesen Hinweis entfernen.“ Zuwächse von an die 30 Prozent bei Kundenzahl und Umsätzen sind in der Branche keine Seltenheit.

Messen und Veranstaltungen ausgebremst

Fast völlig zum Erliegen gekommen ist die Veranstaltungsbranche. Das betrifft Messen und Konzerte, Unternehmensevents und Firmenfeiern. Die Fußball-Bundesliga rettet sich mit sogenannten Geisterspielen über die Saison. Das Hygienekonzept der Liga scheint ausgefeilt, viele andere Fußballnationen orientieren sich daran und wollen ihre Saison ebenfalls zu Ende spielen.

Die Koelnmesse startet mit den ersten Veranstaltungen frühestens im September, die im August angesiedelte gamescon wird nur auf digitalen Plattformen durchgeführt. Die erste Messe nach der Pause wird die spoga+gafa 2020 sein. Die weltweit führende Fachmesse für die Gartenbranche findet vom 6. bis 8. September statt. Warum diese Messe durchführbar ist, erklärt die Koelnmesse so: „Die spoga+gafa unterscheidet sich als Fachmesse mit B2B-Orientierung und ihrer zu erwartenden Personendichte grundlegend von Sportereignissen, Volksfesten oder oft auch anderen B2B- und B2C-Messen. Die spoga+gafa begrüßte im September 2019 gut 40.000 Besucher, welche sich über drei Tage und 230.000 Quadratmeter auf dem gesamten Gelände der Koelnmesse verteilten. Hier liegt der deutliche Unterschied zu vielen der abgesagten Veranstaltungen. Selbst bei einer Wiederholung der letztjährigen Besucheranzahl ist unser Gelände in der Lage, einen gewünschten Mindestabstand von 1,5 Metern zu wahren."

Aufgrund der Tatsache, dass ein so weltumspannendes und aufmerksamkeitsstarkes Thema auf viel Interesse stößt, ist der TV-Konsum in die Höhe gegangen. Was spürbar gemessen werden konnte. Das TV war einerseits wichtige Informationsquelle, auf der anderen Seite auch Mittel zur Ablenkung. In diesem Rahmen konnten sich Streaming Dienste wie Netflix, Amazon Prime und Co. neue Kunden sichern. Da ja auch das Kino als Unterhaltungsmedium ausfällt, schalteten die Konsumenten das Fernsehen ein oder streamten auf dem Laptop. Auf diese Weise rückten auch neue Serien in den Fokus, die ansonsten erst viel später im deutschen Free-TV zu sehen gewesen wären.

Foto: © Kawee. – stock.adobe.com / Icons: Re Gara – stock.adobe.com

Frisches Obst und Gemüse direkkt ins Haus - bei den Biobauern läuft's.

Eine verhängnisvolle Abwärtsspirale

Aber: Keine Messen bedeutet auch keine Messebauer. Keine Veranstaltungen ist demnach auch gleichzusetzen mit unbelegten Eventlocations. Es werden keine Unterhalter und Künstler gebucht, und Unternehmen, die sich als Personaldienstleister auf die Vermittlung von Servicekräften spezialisiert haben, schauen ebenso in die Röhre. Es ist unschwer zu erkennen, wie das eine negative Ereignis das andere nach sich zieht.

Profitiert von Corona haben die Discounter und Einzelhändler, zumindest in einzelnen Sparten. Hygieneartikel, Nudeln, Reis und Konserven waren anfangs die begehrten Selbstläufer. Dieser Boom aus den Anfangstagen des Shutdowns hat sich zurückgebildet. Das Interesse der Konsumenten richtet sich jetzt auf frisches Obst und Gemüse. Auch die Lieferdienste sind ausgelastet. Die Zustellung von Produkten war zum Höhepunkt der Auszeit etwa bei Rewe mit erheblicher Verzögerung verbunden.

Zweiräder gefragt wie nie

Für den Zweiradhandel ist das Frühjahr die wichtige Saison. Nachdem die Monate März und April als Verkaufsmonate ausgefallen sind, stehen die Menschen jetzt vor den Fahrradläden Schlange. Reisen ins europäische Ausland sind wieder möglich, entsprechend setzt die Tourismusbranche darauf, in der zweiten Jahreshälfte verlorenes Terrain wieder aufzuholen. Durch Corona gestärkte Branchen sind auch die Medizintechnik sowie die Anbieter von Konferenztechnik. Und im Internet boomen Kooperationsprogramme wie Teams, Skype, Jitsi und weitere, mit denen Videokonferenzen rund um den Globus zum Alltag werden.

Das von der Regierung angeschobene Konjunkturpaket mit einem Umfang von 130 Milliarden Euro soll angeschlagenen Branchen helfen, wieder auf die Füße zu fallen. Der Neuwagenkauf wird subventioniert, die Mehrwertsteuer wird zeitweise gesenkt. Es ist ein wenig zu vergleichen mit dem Gießkannenprinzip, ein jeder profitiert, der eine mehr, der andere weniger. Automobilhersteller wie Ford, bei dem gestern noch die Bänder stillstanden, hoffen, dass die ausgelobte Umweltprämie von 6.000 Euro für den Kauf eines neuen E-Mobils auch bei ihnen ankommt. Viele Mittelständler müssen hingegen hoffen, dass die Menschen nach Corona den Konsum entdecken und die neue Freiheit genießen – auch in den Gaststätten und Restaurants.

Heribert Eiden

Foto: © fizkes – stock.adobe.com / Icons: Re Gara – stock.adobe.com

Ein 130-Milliarden Euro Hilfspaket soll den Konsum ankurbeln und für Kauflaune sorgen.

VON HUNDERT AUF NULL

Das Programm der LANXESS arena wurde komplett über den Haufen geworfen.

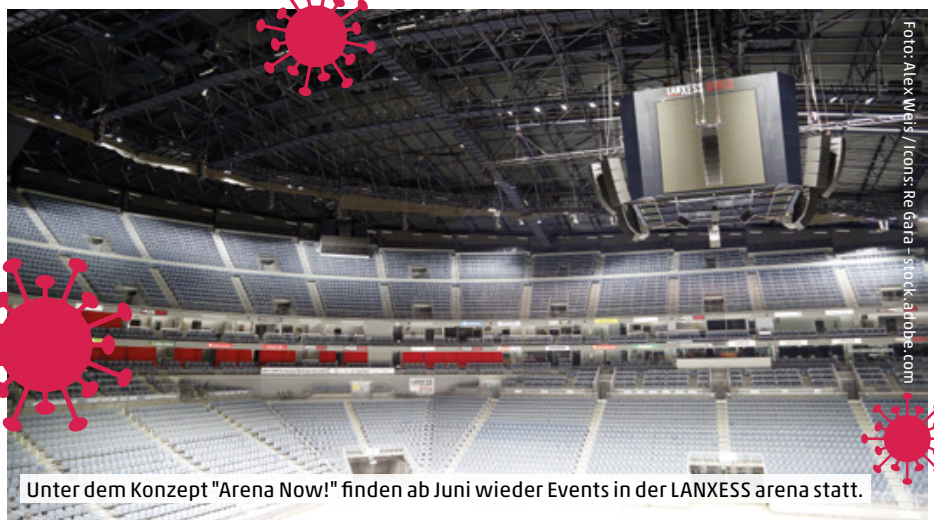


Foto: Alex Weis / Icons: Re Gara – stock.adobe.com

Unter dem Konzept "Arena Now!" finden ab Juni wieder Events in der LANXESS arena statt.

Celine Dion und Sting verschoben, abgesagt die Toten Hosen: In der ungenutzten LANXESS arena wird hinter den Kulissen fieberhaft am neuen Eventkalender gearbeitet. Geschäftsführer Stefan Löcher mit Antworten auf Fragen zur momentanen Lage.

DIE WIRTSCHAFT: Wie lange vor dem deutschlandweiten Shutdown Mitte März war Ihnen bewusst, was auf die LANXESS arena zukommen wird?

Stefan Löcher: Der erste Erlass, Großveranstaltungen zu verbieten, wurde am 10. März verabschiedet. Zwei Tage zuvor hat Mario Barth noch in unserer Arena gespielt. Daher traf uns das Verbot ziemlich eruptiv. Nichtsdestotrotz gab es ab dem Zeitpunkt der Ausbreitung des Virus in Deutschland, also im Februar, bereits erste Befürchtungen, dass es zu einer behördlichen Schließung kommen könnte.

DIE WIRTSCHAFT: Wie viele Veranstaltungen sind bisher verschoben, wie viele komplett abgesagt worden?

Stefan Löcher: Wir müssen circa 130 Veranstaltungen verlegen, bei denen rund 1,6 Millionen Menschen zu uns gekommen wären. Bei vielen Shows ist es uns bereits gelungen, Neuansetzungen im kommenden Jahr zu realisieren. Ersatzlos absagen mussten wir bislang zum Glück nur einige wenige Konzerte, darunter allerdings zwei Shows der Toten Hosen oder das Konzert von US-Popstar Camila Cabello. Das trifft uns natürlich.

DIE WIRTSCHAFT: Wie gestalten sich die Gespräche mit Künstlern und Agenten, um entsprechende Ersatztermine zu finden?

Stefan Löcher: Unsere Ansprechpartner sind die Veranstalter der jeweiligen Shows, mit denen wir gemeinsam versuchen, einen Platz in unserem Eventkalender zu finden, der für beide Seiten sinnvoll erscheint. Natürlich müssen wir in der aktuellen Situation so viel verlegen und koordinieren wie noch nie zuvor. Das bringt organisatorische Herausforderungen mit sich, für die wir aber gewappnet sind.

DIE WIRTSCHAFT: Wie kann die LANXESS arena dennoch Umsätze generieren?

Stefan Löcher: Natürlich beschäftigen wir uns mit Alternativen und Konzepten, wie wir möglichst bald wieder Veranstaltungen in der LANXESS arena realisieren können. Ein Ansatz ist dabei ein derzeit einzigartiges Eventkonzept für große Eventlocations in Zeiten der Corona-Pandemie. Unter dem Motto „Arena Now!“ öffnen wir noch im Juni unsere Pforten. Mit einem ausgeklügelten Hygiene-, Raumnutzungs- und Einlasskonzept holt „Arena Now!“ namhafte Bands, Sänger und Comedians zurück auf die Bühne – und das endlich wieder vor Livepublikum. Auch dies ist aber keine zukunftsweisende Alternative und auf Dauer nicht wirtschaftlich tragbar, es dient eher der „Überbrückung".

DIE WIRTSCHAFT: Mussten Mitarbeiter aufgrund der Lage entlassen werden? Oder befinden sich in Kurzarbeit?

Stefan Löcher: Nein, bislang mussten wir keine Mitarbeiter entlassen. Wir beziehen jedoch Kurzarbeitergeld, was zurzeit die einzige staatliche Unterstützung ist, die wir erhalten. Da muss unserer Auffassung nach noch mehr kommen. Schließlich können wir unserem Geschäftsbetrieb nicht mehr nachgehen, wir wurden behördlich von heute auf morgen geschlossen. Hinzu kommt, dass es äußerst schwer prognostizierbar ist, wie lange die Pandemie noch andauert.

DIE WIRTSCHAFT: Werden anfallende Wartungs-/Reparaturarbeiten evtl. vorgezogen, weil diese in der Schließungszeit leichter durchzuführen sind?

Stefan Löcher: So ist es. Unsere Produktion hat die jährliche Wartung, die ansonsten in den grundsätzlich etwas ruhigeren Sommermonaten durchgeführt wird, vorgezogen. Außerdem gibt es genug Projekte, die jetzt in der Arena realisiert werden können. Wir restaurieren beispielsweise unsere Logen und führen eine Grundreinigung und einen Austausch der Sitze durch. In unserem Restaurant „Henkelmännchen“ renovieren wir zudem die Gastronomiestände. Viel lieber würden wir natürlich jeden Tag eine Großveranstaltung auf die Beine stellen.

Foto: Alex Weis / Icons: Re Gara – stock.adobe.com

DIE WIRTSCHAFT: Stand jetzt sind ja alle Veranstaltungen bis Ende August abgesagt bzw. verschoben. Restart wäre der 5. September mit Elton John – ein realistisches Datum für die Wiedereröffnung?

Stefan Löcher: Wir hoffen, dass wir ab September wieder in gewohntem Rahmen veranstalten dürfen. Dennoch wäre es fahrlässig, wenn wir uns nicht auf den Fall einer eventuellen Verlängerung des Veranstaltungsverbots vorbereiten würden. Daher haben wir auch schon mit vielen Veranstaltern von Events, die nach dem 31. August terminiert sind, Optionen im kommenden Jahr reserviert.

Heribert Eiden

DER MANAGER IN KRISENZEITEN

Welchen Typ braucht es in Coronazeiten an der Unternehmensspitze?

Gefragt in Krisenzeiten: Tüftler, Erfinder, Querdenker und Ärmelhochkrempler.

Der umfassende Shutdown von Gesellschaft und Wirtschaft war eine einzigartige politische Entscheidung in der Geschichte der Bundesrepublik. Daraus ergaben sich Herausforderungen auf allen Ebenen – mit großen Veränderungen sowohl wirtschaftlich, gesellschaftlich wie auch für jeden Einzelnen.

Wie jedoch gehen Menschen, die an der Spitze großer Unternehmen stehen, mit dieser einmaligen Situation um? Welche Persönlichkeiten braucht es gerade jetzt, die mit ihren Entscheidungen die Geschicke lenken, Mitarbeitern und Bürgern Sicherheit geben und die Richtung bestimmen? Die für zukünftige Entwicklungen maßgeblich verantwortlich sind und diese initiieren?

In den vergangenen Wochen hat fast jeder in irgendeiner Art und Weise diese Menschen in ihrem Wirken erlebt. Sei es als Kopf an der Konzernspitze, sei es als Politiker im Range eines Ministers oder Länderfürsten. Es sind immer wieder Menschen in den Fokus gerückt, die mit klaren, manchmal auch unangenehmen Entscheidungen den Handlungsrahmen vorgaben. In der Wirtschaft waren es die Topmanager mit Weitsicht, die mit ihren Krisenstäben in Teamarbeit detailliert und sehr operativ die Vorbereitungen für wichtige Entscheidungen erarbeitet haben.

Breite Basis für Manager mit Rückgrat

Allerdings: Es fehlte – wie auch in der Politik – beim Umgang mit Corona die Erfahrung, sich einer solch enormen, neuen Herausforderung stellen zu müssen. Wo Erfahrung fehlt, müssen Kompetenzen wie Führungsstärke, Klarheit, Empathie und vor allem großes Kommunikationsgeschick in die Waagschale geworfen werden. Dazu zählt auch ein Höchstmaß an persönlichem Engagement. Wer als Führungskraft dann noch das Rückgrat hat, auch unangenehme Fakten auf den Tisch zu legen, kann mit einer breiten unterstützenden Basis rechnen.

Zwar waren zu Beginn der Pandemie manche Entwicklungen durch den Vorlauf aus China oder Italien absehbar. Allerdings kamen mit jedem Tag neue Erkenntnisse zum Coronavirus, so viele, dass sie nicht alle korrekt einsortiert werden konnten. Eine Phase, in der die guten unter den Managern auch mal eingestehen, nicht alles zu einhundert Prozent richtig einschätzen zu können, in der sie aber auch das Verständnis für Ängste und Sorgen der Belegschaft ausdrücken.

Corona hat bei allem Negativen aber auch neue Kräfte freigesetzt und wichtige Entwicklungen angeschoben. Homeoffice, bis dato fast schon verpönt, wird salonfähig. Die Defizite bei der Digitalisierung in Deutschland werden gnadenlos aufgedeckt – in Timbuktu ist man weitaus besser aufgestellt. Allerdings schauen die von Corona extrem in Mitleidenschaft gezogenen Staaten mit Respekt auf das deutsche Gesundheitssystem.

Gesucht: Ärmelhochkrempler mit Visionen

Wo Entwicklungen konkret hinlaufen, ist teils kaum absehbar bzw. nur zu erahnen. Aktuell braucht es dafür sicherlich Manager, die sehr tief in ihren eigenen Unternehmensprozessen stehen und die damit verbundenen globalen Entwicklungen im Blick haben. Ärmelhochkrempler, die vor allem visionär die Zukunft andenken und kreativ gestalten. Sie brauchen vor allem Mut für die Verfolgung ihrer Visionen, denn oftmals ist der Markt noch nicht so weit, um ihre Ideen breitenwirksam umzusetzen und für sie zu werben.

Was für Unternehmen gilt, gilt selbstverständlich auch für die Politik. So wie die Macher in der freien Wirtschaft oftmals ihrer Zeit voraus sind, dabei vielleicht auch polarisieren, so braucht es auch in der Politik auf kommunaler Ebene viel Durchsetzungskraft, Ausdauer, eine hohe Kommunikationsfähigkeit und tragfähige Bündnisse. Um möglichst viele Unterstützer auch für um die Ecke gedachte Ideen hinter sich zu scharen. Fakt ist: Krisen setzen stets sehr viel Kreativität frei. Auch bei den kleinen Unternehmen, den digitalen Start-ups, den Tüftlern und Erfindern und Querdenkern.

Gerade jetzt ist es an der Zeit, dass Unternehmen Chancen für die Zukunft sehen und nutzen. Gleiches gilt für unsere Stadt. Auch Köln braucht Visionäre und Ärmelhochkrempler, Manager und Macher an den wichtigen Schaltstellen. Nur auf diese Weise können wichtige Entwicklungen vorangetrieben werden. „Denn dann finden sich in der Bürgerschaft zahlreiche mutige Menschen, die diese Entwicklungen unterstützen und umsetzen“, ist Helmut Schmidt, Vorstandsvorsitzender bei Stadtmarketing Köln, überzeugt.

Heribert Eiden

„BAZOOKA“ UND „WUMMS“

Wie viel uns die Krise kosten wird

Foto: Bundesministerium der Finanzen / Photothek / Icons: Re Gara – stock.adobe.com

Bundesfinanzminister Olaf Scholz holt die „Bazooka“ raus. Eine Abkehr von der „schwarzen Null“ mit „Wumms“.

Der Stillstand eines ganzen Landes kostet viel Geld. Das zeigt die Corona-Pandemie, die die wohl schwerste Rezession der Nachkriegsgeschichte auslösen wird. Die Rettungsaktionen von Bund und Ländern übersteigen bereits jetzt die Kosten für die Rettungsmaßnahmen der letzten Finanzkrise. Und dabei sind wir nach Meinung von Virologen immer noch am Beginn der Pandemie.

Schon Mitte April, als sich Deutschland noch im Lockdown befand, bezifferte die Bundesregierung die Kosten für Bund und Länder auf über 450 Milliarden Euro – für das Jahr 2020. 820 Milliarden Euro an Staatsgarantien wurden übernommen. Schon im April war von einer Neuverschuldung von über 150 Milliarden Euro die Rede. Die dramatischen Steuerausfälle im Zuge der Wirtschaftskrise kamen in dieser Rechnung noch nicht vor. Hinzu kommt nun ein Konjunkturpaket in Höhe von 130 Milliarden Euro. Ein deutlicher Einbruch der Wirtschaftsleistung ist die Folge und für die starke Außenwirtschaft in Deutschland ein Desaster. In ihrer jüngsten Prognose geht die Bundesbank von einem Einbruch von 7,1 Prozent aus – glaubt aber dann an eine rasche Erholung, sogar schon im nächsten Jahr. Doch hingen Ausmaß und Geschwindigkeit der Erholung „entscheidend vom künftigen Verlauf der wirtschaftlichen Beeinträchtigungen ab, die von der Pandemie und den zu ihrer Bekämpfung ergriffenen Maßnahmen ausgehen“, stellte die Bundesbank in ihrem Monatsbericht Juni fest. Die Bundesregierung plant in ihrem Nachtragshaushalt für 2020 mit einer Neuverschuldung von über 218 Milliarden Euro.

Millionen in Kurzarbeit

Der Lockdown hatte auch dramatische Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt. Etwa 750.000 Unternehmen haben Kurzarbeit angemeldet. Die Arbeitslosigkeit ist dadurch nur leicht angestiegen, anders als in anderen Ländern, wo Instrumente wie Kurzarbeit nicht existieren. Vor allem Menschen mit Nebenerwerbstätigkeiten, beispielsweise Studenten, verloren ihre Jobs. Von der Kurzarbeit sind laut Bundesagentur für Arbeit fast alle Branchen betroffen. Vor allem in den Branchen Gastronomie (99 Prozent), Hotellerie (97 Prozent) und in der Automobilindustrie (94 Prozent) wurde Kurzarbeit angemeldet. Die Kosten für die Kurzarbeit übernimmt die Bundesagentur für Arbeit mit eigenen Mitteln. Anfangs der Krise existierten 26 Milliarden Euro als Rücklagen – doch ob das reicht, um die gesamte Krise zu überbrücken, kann man noch nicht sagen.

Mehrwertsteuerabsenkung

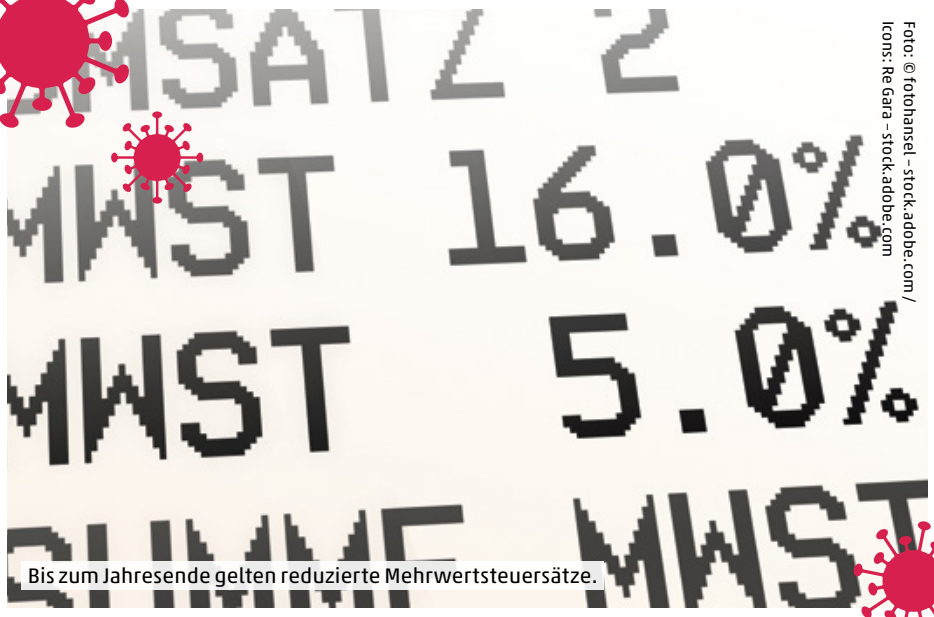
57 Punkte und 130 Milliarden Euro schwer. Die GroKo hatte lange verhandelt und mit ihrem Maßnahmenpaket teilweise für Überraschung gesorgt. „Nach der ersten Nothilfe ist ein solches Programm angesichts der großen Einbußen und der teilweise dramatischen Situation in Branchen wie der Gastronomie oder der Kultur- und Kreativwirtschaft sehr wichtig“, sagt Dr. Ulrich S. Soénius, Geschäftsbereichsleiter Standortpolitik der IHK Köln. Außerdem gebe es durch das Hilfsprogramm große Chancen für die Zukunft. „Wir erleben seit Jahren, dass wichtige Infrastrukturvorhaben immer wieder verzögert werden und Unternehmen mit zusätzlicher Bürokratie konfrontiert sind. Diesen Trend jetzt umzukehren, wäre tatsächlich ein großer Wurf.“

Vom 1. Juli 2020 bis zum 31. Dezember 2020 werden die Mehrwertsteuersätze von 19 auf 16 Prozent und von sieben auf fünf Prozent gesenkt. Das im Juni verabschiedete Konjunkturpaket der Bundesregierung soll den Binnenkonsum stärken. Die Reduzierung der Mehrwertsteuer kostet den Bund rund 20 Milliarden Euro. Soénius sieht aber auch Probleme durch die Absenkung: „Bei der Mehrwertsteuer besteht die Gefahr, dass die Unternehmen bei dieser temporären Maßnahme vor allem Zeit und Energie in die Umstellung stecken müssen, von der Preisauszeichnung bis zur Steuererklärung.“

Das Maßnahmenpaket sieht außerdem mehr Geld für Familien vor. Vorgesehen ist ein einmaliger Kinderbonus von 300 Euro für jeden Kindergeldberechtigten. Zwar muss dieser Bonus versteuert werden, auf die Grundsicherung wird er aber nicht angerechnet. Der Bonus soll in drei Raten je 100 Euro ausgezahlt werden. Dieser Bonus muss bei der Steuererklärung mit dem Kinderfreibetrag verrechnet werden. So sollen vor allem Familien mit niedrigen und mittleren Einkommen profitieren. Den Bonus gibt es zudem nur für Familien mit einem zu versteuernden Einkommen von weniger als 90.000 Euro.

Entlastung bei Stromkosten

Im Rahmen des Konjunktur- und Maßnahmenpakets des Bundes sollen Bürger und Unternehmen bei den Stromkosten entlastet werden. Durch Zuschüsse aus dem Bundeshaushalt soll die EEG-Umlage ab 2021 abgesenkt werden. Über diese Umlage werden Ökostrom-Anlagen gefördert. Diese Umlage drohte wegen der Corona-Pandemie stark



Bis zum Jahresende gelten reduzierte Mehrwertsteuersätze.

Foto: © fotohansel – stock.adobe.com / Icons: Re Gara – stock.adobe.com

anzusteigen. Derzeit liegt die EEG-Umlage bei 6,76 Cent je Kilowattstunde. Für das Jahr 2021 soll die Umlage künftig bei 6,5 Cent pro Kilowattstunde liegen. Für 2022 ist eine weitere Reduktion auf sechs Cent geplant.

Viel Energie wird auch bei der Bahn benötigt. Der sind während des Lockdowns und nachfolgend viele Fahrgäste ferngeblieben, da Termine und Geschäftsreisen nicht stattfinden konnten oder der Weg zur Arbeit durch Kurzarbeit ganz ausfiel. Die milliardenschweren Einnahmenausfälle will der Bund mit Finanzhilfen abfedern. Für den bundeseigenen Konzern soll weiteres Eigenkapital in Höhe von fünf Milliarden Euro zur Verfügung gestellt werden.

Autokaufprämie kommt nicht

Lange wurde um diesen Punkt gerungen. Die Automobilindustrie forderte hartnäckig Kaufprämien, doch die GroKo entschied sich dagegen. Stattdessen wird die Förderung des Bundes für die bereits existierende Umweltprämie befristet bis Ende 2021 für E-Autos ansteigen. Für E-Fahrzeuge mit einem Nettolistenpreis bis zu 40.000 Euro steigt die Prämie von 3.000 auf 6.000 Euro. Das Ladenetz für E-Autos soll außerdem mit Mitteln in Höhe von 2,5 Milliarden Euro ausgebaut und die Forschung und Entwicklung, beispielsweise von Batteriezellen, vorangetrieben werden.

Von der Corona-Pandemie besonders belastete Branchen und Betriebe erhalten eine weitere Unterstützung in Milliardenhöhe. Der Bund plant dazu „Überbrückungshilfen“. Hierfür sind maximal 25 Milliarden Euro vorgesehen. Mit dem Geld soll eine Pleitewelle kleiner und mittelständischer Unternehmen verhindert werden. In den Monaten Juni bis August soll diese Hilfe gewährt werden. Besonders Branchen wie das Hotel- und Gaststättengewerbe, Reisebüros, Schausteller oder Bars und Clubs sollen von der Überbrückungshilfe profitieren können. Die Hilfe gilt auch für Profisportvereine in unteren Ligen. Mit dem Milliardenhilfsprogramm sollen fixe Betriebskosten bis zu einem Betrag von 150.000 Euro erstattet werden können. Zudem sind für Firmen steuerliche Entlastungen geplant. So soll der Verlustrücktrag erweitert werden. Unternehmen können dadurch aktuelle Verluste durch die Corona-Pandemie schon im laufenden Jahr mit Gewinnen aus dem Vorjahr verrechnen. Dies soll die Liquidität der Unternehmen stärken. Um Unternehmen zu Investitionen zu animieren, will die Große Koalition zudem Abschreibungsregeln verbessern. Auch das Körperschaftssteuerrecht soll modernisiert werden.

Investitionen in die Zukunft

Mit dem Konjunktur- und Maßnahmenpaket will die Bundesregierung stärker in Zukunftstechnologien investieren. Für die nächsten Jahre soll ein Zukunftspaket von über 50 Milliarden Euro geschnürt werden. Dies sieht deutlich höhere Mittel für künstliche Intelligenz oder den schnelleren Ausbau des neuen Mobilfunkstandards 5G vor. Deutschland will außerdem bei modernster Wasserstofftechnik eine Vorreiterstellung einnehmen. Als Sofortmaßnahme ist die Erweiterung der steuerlichen Forschungszulage vorgesehen.

Hilfe für Kommunen

Die Kommunen sind von der Corona-Pandemie und der Rezession besonders betroffen. Ihnen drohen hohe Steuerausfälle, vor allem bei der Gewerbesteuer. Bund und Länder wollen die Ausfälle bei den Gewerbesteuereinnahmen gemeinsam ausgleichen. Der Bund will dafür etwa sechs Milliarden Euro aufbringen. Die Stadt Köln beziffert die Ausfälle bei der Gewerbesteuer durch die Corona-Pandemie auf etwa 360 Millionen Euro. Bund und Länder wollen durch die Hilfen für die Kommunen erreichen, dass diese handlungsfähig bleiben und weiterhin investieren können. Eine Übernahme von Altschulden soll es allerdings nicht geben. Der Bund erhöht außerdem seinen Anteil an den Kosten für die Unterkunft von Bedürftigen und unterstützt mit 2,5 Milliarden Euro den öffentlichen Nahverkehr, wie auch den Gesundheitssektor.

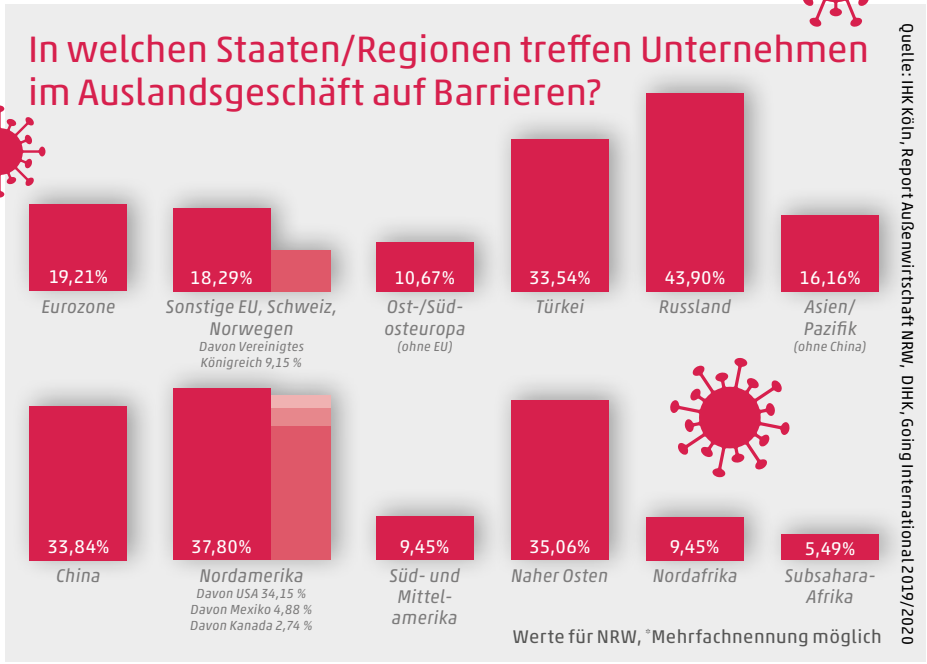
Christian Esser

Corona lässt viele Unternehmen im Regen stehen.

Foto: © gearstd – stock.adobe.com / Icons: Re Gara – stock.adobe.com

UNRUHIGE ZEITEN

Außenwirtschaftsreport zeigt Ausmaß der Krise



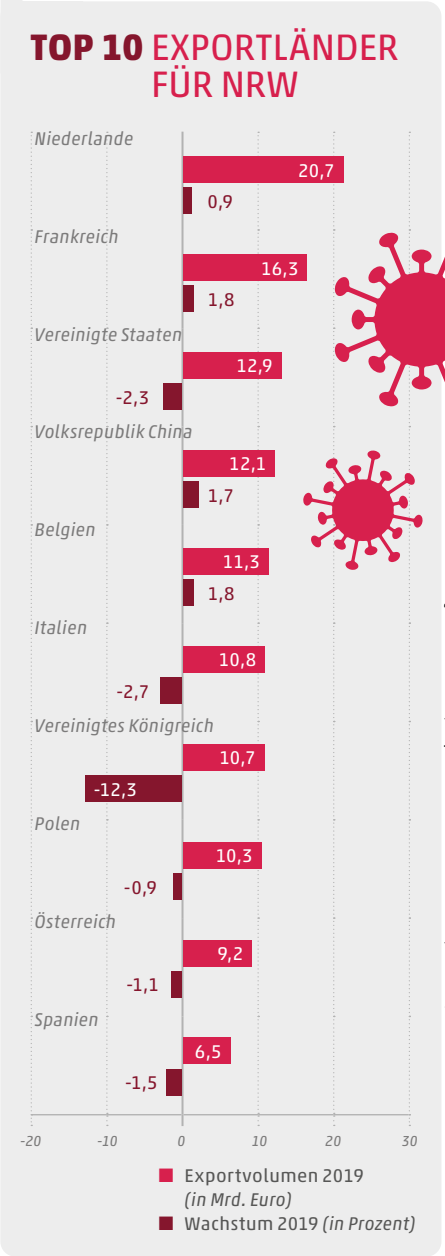
Die 16 Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen zeigen mit ihrem Report Außenwirtschaft NRW 2019/2020 Daten, Fakten und Trends. Die Unternehmen belasten vor allem Handelshemmnisse wie Zölle, der Brexit und aktuell die Corona-Pandemie.

In vielen Ländern werden derzeit Beschränkungen gelockert. Doch die Außenwirtschaft kann derzeit davon noch nicht profitieren. Die Auftragslage ist bei vielen Unternehmen massiv eingebrochen. Die Welthandelsorganisation WTO schätzt, dass der Welthandel im laufenden Jahr um bis zu 32 Prozent einbrechen könnte. Im Vergleich zu vorherigen Krisen schwächelt in der Corona-Pandemie auch der Markt in der EU stark. Länder wie Frankreich, Italien, Großbritannien und Spanien sind besonders stark von der Corona-Pandemie betroffen – alle gehören zu den zehn wichtigsten Exportländern für NRW. Nur langsam können unterbrochene Lieferketten wieder aufgenommen werden, an vielen Grenzen Europas gibt es noch Probleme. Die IHKs sehen die Forderungen nach stärkerer lokaler Produktion kritisch. Ein Rückfall in Kleinstaaterei würden aktuelle Probleme eher verschärfen als lösen. „Der freie Waren-, Personen- und Dienstleistungsverkehr innerhalb des europäischen Binnenmarkts und die Liberalisierung des Welthandels sind die Grundlagen unseres Wohlstands. Ohne eine enge Abstimmung auf europäischer Ebene wird der Weg aus der Krise nicht gelingen“, betont Alexander Hoeckle, Fachpolitischer Sprecher Außenwirtschaft IHK NRW und Geschäftsführer International und Unternehmensförderung der IHK Köln. Für viele Betriebe in NRW haben sich zudem strukturelle Veränderungen durch die Corona-Pandemie ergeben. „Viele Unternehmen haben in der Krise eine enorme Flexibilität an den Tag gelegt und ihre Produktion kurzfristig umgestellt. Auch die Digitalisierung der Prozesse in den Unternehmen hat während der Krise einen Schub bekommen und vielen Unternehmen einen Aha-Effekt beschert“, so Hoeckle. 42 Prozent der Unternehmen in NRW haben ihre Digitalisierungsmaßnahmen seit Ausbruch der Krise verstärkt.

Neben den verstärkten Digitalisierungsmaßnahmen der Unternehmen gab es vor Beginn der Wirtschaftskrise durch die Corona-Pandemie weitere positive Aspekte, die der Außenwirtschaftsreport der NRW-IHKs zeigt, beispielsweise „dass sich, trotz der schwierigen weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die wirtschaftliche Entwicklung in Nordrhein-Westfalen stabilisiert hat“, schreiben Ralf Mittelstädt, Hauptgeschäftsführer IHK NRW, und Alexander Hoeckle zum Außenwirtschaftsreport. „Die Konjunktur NRWs konnte zu Jahresbeginn 2020 gerade wieder einen Aufwärtstrend verzeichnen, sodass die Ausbreitung des Corona-Virus die Wirtschaft NRWs zu Beginn einer Erholung und damit in einer sensiblen Phase trifft. Aufgrund gestörter Lieferketten und vieler neuer Exportbeschränkungen ist es in den letzten Wochen in produzierenden Betrieben in Deutschland und Nordrhein-Westfalen zu Produktionsproblemen und teils Stillständen gekommen.“ Wie tief die Wunden für die Wirtschaft NRWs letztlich sein werden, sei noch nicht absehbar.

Niederlande wichtigster Handelspartner

Unternehmen verarbeitender Gewerbe in NRW weisen eine Exportquote von 46,7 Pro-



zent auf. Im Jahr 2019 erwirtschafteten sie einen Gesamtumsatz von 322,3 Milliarden Euro, 150,5 Milliarden Euro entfallen dabei auf den Auslandsumsatz. Mit einem Anteil von 47,8 Prozent des NRW-Gesamtumsatzes sind der Maschinenbau, die chemische Industrie und die Metallindustrie besonders präsent. Mit 80,4 Milliarden Euro erwirtschaften die drei Branchen zudem deutlich über die Hälfte des gesamten Auslandsumsatzes.

Der wichtigste Absatzmarkt für die Unternehmen in NRW sind die Länder der Europäischen Union. Fast zwei von drei Exporten finden innerhalb der EU statt. Wichtigster Handelspartner für NRW sind die Niederlande mit einem Exportvolumen von 20,7 Milliarden Euro. Es folgt Frankreich mit einem Volumen von 16,3 Milliarden Euro. Außerhalb der EU sind die USA und China die wichtigsten Handelspartner für NRWs Unternehmen. Mit Belgien, Italien, Großbritannien, Polen, Österreich und Spanien zählen sechs weitere EU-Länder zu den weiteren zehn wichtigsten Absatzmärkten für NRW-Firmen.

Für die NRW-Wirtschaft sind die Niederlande nicht nur wichtigster Abnehmer, sondern auch der wichtigste Lieferant. Waren im Wert von 44,1 Milliarden Euro wurden von dort nach NRW geliefert. Das große Abnahmevolumen ist nicht nur auf die regen Handelsbeziehungen zwischen den Niederlanden und NRW zurückzuführen, sondern auch auf den „Rotterdam-Effekt“. Nach den Niederlanden nehmen Unternehmen vor allem Waren aus China entgegen (30,6 Milliarden Euro).

Im Ausland beliebt: Chemieerzeugnisse und Maschinen

Im vergangenen Jahr exportierte NRW Güter mit einem Wert von 193,7 Milliarden Euro. Einen besonders hohen Anteil daran haben chemische Erzeugnisse mit einem Exportwert von 31,3 Milliarden Euro (Anteil 16,1 Prozent) und Maschinen mit einem Exportwert von 30,8 Milliarden Euro (Anteil 15,9 Prozent). Nach dem Außenwirtschaftsreport entfiel der größte Anteil am Gesamtumsatz auf die Metallindustrie, vor allem Metallerzeugung und- bearbeitung (37,1 Milliarden Euro), und den Maschinenbau (42,9 Milliarden Euro): Laut Außenwirtschaftsreport war die Industrieproduktion NRWs im Jahr 2019 im Vergleich zum Vorjahreswert leicht rückläufig mit einem Minus von etwa zwei Prozent. Besonders kräftige Einbußen mussten dabei die umsatzstärksten Bereiche, die Metallerzeugung und -bearbeitung und der Maschinenbau, verzeichnen. Nur bei Nahrungs- und Futtermittelproduktion gab es 2019 einen positiven Trend.

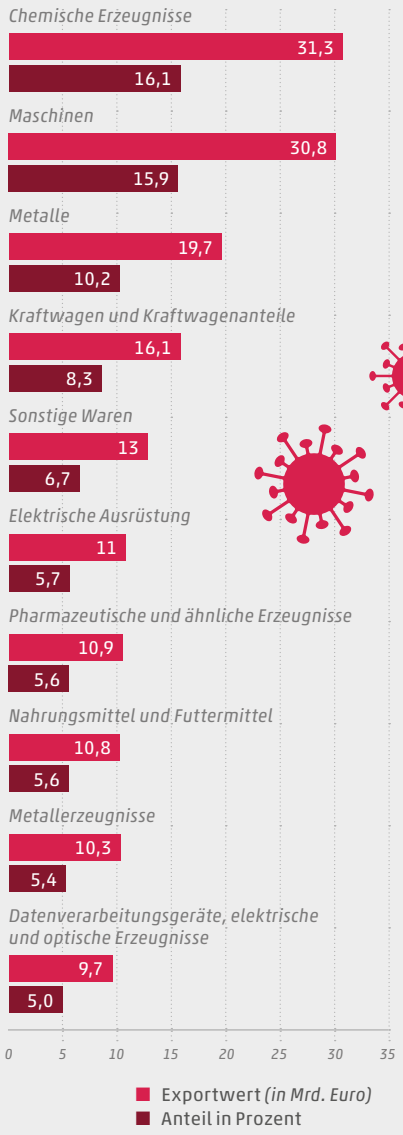
Brexit lässt Handel einbrechen

Auf der Liste der wichtigsten Exportländer für NRW rutscht Großbritannien immer weiter ab. 2019 betrug das Exportvolumen zwischen dem Vereinigten Königreich und NRW 10,7 Milliarden Euro, ein Rückgang von 12,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Mit Großbritannien verliert die EU ein wirtschaftliches Schwergewicht. Die Wirtschaftsleistung des Landes ist so groß wie das der 19 kleinsten EU-Staaten, darunter Portugal, Österreich und Irland. Für die Zeit nach der Übergangsphase bis Ende 2020 sehen Unternehmen in NRW vor allem Risiken bei allgemeiner Zollbürokratie, zunehmende tarifäre Handelshemmnisse und rechtliche Unsicherheiten. Zudem sehen die NRW-Firmen die künftige wirtschaftliche Entwicklung Großbritanniens skeptisch. Über 42 Prozent rechnen mit einer mittelfristigen Verlangsamung des britischen Wirtschaftswachstums. Das Vereinigte Königreich ist außerdem besonders von der Corona-Pandemie betroffen.

Skeptischer Blick in die Zukunft

Neben der Frage, wie lange die Corona-Pandemie die Welt noch in Atem hält, belasten die weltweite Geschäftssituation und die Perspektiven für das laufende Jahr viele weitere Aspekte. Laut dem Außenwirtschaftsbericht befürchten 80 Prozent der Unternehmen, dass sich das Geschäftsklima 2020 weiterhin verschlechtert. Im Report heißt es: „Im weltweiten Vergleich schätzen die NRW-Unternehmen die Geschäftssituation in der Eurozone und der sonstigen EU, Schweiz und Norwegen deutlich schlechter ein. Was im Vorjahr noch als ‚sicherer Hafen‘ galt, musste im Jahr 2019 mit einem Fall von über acht Prozentpunkten die stärksten Einbußen kassieren.“ Beeinflusst sind diese Ansichten durch den Brexit und die Verschlechterung der Handelsbeziehungen zu Großbritannien nach der Übergangsphase. Die Probleme mit den Märkten in den USA treffen die Unternehmen in NRW nur teilweise. 30 Prozent der Befragten sehen die aktuelle Geschäftssituation dort positiv. 20 Prozent hingegen sind unzufrieden.

NRW EXPORTQUOTE
NACH HAUPTAUSFUHRGÜTERN



Quelle: IHK Köln, Report Außenwirtschaft NRW, IT.NRW/ Icons: Re Gara – stock.adobe.com

Schwieriges China, Afrika kein interessanter Markt

Die Geschäftssituation mit China hat sich nach Ansicht der NRW-Unternehmen verschlechtert. 25 Prozent schätzen die Situation als schlecht ein, zehn Prozent mehr als noch im Jahr zuvor. Auch die Erwartungshaltung für das Jahr 2020 ist deutlich gesunken. Die Corona-Pandemie war bei Erhebung dieser Werte noch nicht ausgebrochen. Wenig Aufmerksamkeit erhalten darüber hinaus die Märkte in Subsahara-Afrika und Nordafrika. Nur ein geringer Teil der NRW-Unternehmer agiert auf diesen Märkten oder hat diesen als mögliche Zielregion anvisiert.

Christian Esser

NEUE VORGABEN ZUR ARBEITSZEITERFASSUNG

Die Umsetzung des Urteils des Europäischen Gerichtshofes verzögert sich durch die Covid-19-Pandemie

Foto: © ermetico – stock.adobe.com

Dokumentation der Arbeitszeit ist digital oder manuell zulässig.

Der vorliegende Beitrag soll sich mit den aktuellen Entwicklungen im Arbeitszeitrecht befassen. Dabei geht es zum einen um die Auswirkungen einer Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) auf die Vorgaben zur Erfassung der Arbeitszeit und zum anderen um äußerst praxisrelevante Fälle der Arbeitszeiterfassung im Homeoffice, beim mobilen Arbeiten, Auswirkungen auf die Vertrauensarbeitszeit und zuletzt um die Behandlung von Dienstreisen.

Allgemeiner Überblick zum Arbeitszeitrecht

Die werktägliche Arbeitszeit beträgt grundsätzlich acht Stunden, wobei eine Verlängerung auf zehn Stunden möglich ist, wenn ein Ausgleich innerhalb der nächsten 24 Monate stattfindet. Bei Arbeitszeiten zwischen sechs und neun Stunden sind 30 Minuten Pause, bei einer Arbeitszeit von mehr als neun Stunden 45 Minuten Pause zu gewähren. Die Ruhezeit bis zum Beginn des nächsten Arbeitstages beträgt elf Stunden. Abweichungen davon sind in gesetzlich definierten Ausnahmefällen und jedenfalls bis zum 31. Juli 2020 ergänzend auch auf Basis der Covid-19-Arbeitszeitverordnung möglich. Diese ermöglicht insbesondere eine Verlängerung der werktäglichen Höchstarbeitszeit auf bis zu zwölf Stunden, pro Woche von maximal 60 Stunden. Auch kann die Ruhezeit um zwei Stunden auf neun Stunden verkürzt werden, wobei dies wieder innerhalb von vier Wochen auszugleichen ist.

Neues aus Luxemburg?

Bisher gibt es im Arbeitszeitgesetz (ArbZG) keine allgemeine umfassende Pflicht zur Dokumentation der Arbeitszeit.
Unruhe brachte ein Urteil des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) vom 14. Mai 2019 (Az.: C-55/18 – CCOO). Der EuGH stellte hier fest, dass Unternehmen verpflichtet seien, ein objektiv verlässliches tägliches System zur Arbeitszeiterfassung vorzusehen. Hintergrund war die Betonung des Gesundheitsschutzes der Arbeitnehmer, der im Wesentlichen auch durch die Einhaltung der Grenzen der arbeitszeitrechtlichen Regelungen zu garantieren wäre. Form und Modalitäten der Arbeitszeiterfassung sollten dabei den Mitgliedsstaaten freigestellt bleiben. Damit waren die bisherigen arbeitszeitrechtlichen Dokumentationspflichten deutlich erweitert; wenn auch in der Sache keine Änderung der inhaltlichen und zeitlichen Grenzen des Arbeitszeitgesetzes erfolgte. Es war schlicht zu dokumentieren, was es auch bereits vorher arbeitszeitrechtlich einzuhalten galt.

Umsetzung ins deutsche Arbeitszeitrecht

Mit einer Umsetzung dieses Urteils des EuGHs durch den deutschen Gesetzgeber war grundsätzlich noch in diesem Jahr gerechnet worden, was sich aber nunmehr durch die Covid-19-Pandemie zu verzögern scheint. Was für Arbeitgeber und Unternehmen vom Gesetzgeber zu erwarten ist, kann aber, jedenfalls zu Teilen, aus einem Gutachten abgeleitet und prognostiziert werden, das vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales bei Herrn Professor Bayreuther von der Universität Passau in Auftrag gegeben wurde.
Danach sei keine bestimmte Form für die Dokumentation der Arbeitszeit vorgegeben. Die Dokumentation könne damit also sowohl digital als auch manuell (in Papierform) erfolgen. Auch soll eine Delegation möglich sein. Dies ist insbesondere relevant für die Übertragung der Dokumentationspflicht auf die Arbeitnehmer (z. B. bei Homeoffice-Tätigkeit). Angeregt wird hier aber, Stichproben im Wochenrhythmus vorzunehmen und die Arbeitnehmer zur täglichen Arbeitszeiterfassung anzuhalten. Abgelehnt wird nach dem Gutachten auch, Kleinbetriebe von der umfassenden Dokumentationspflicht auszunehmen; schließlich seien hier die Arbeitnehmer schon durch mangelnden Kündigungsschutz grundsätzlich einem erhöhten rechtlichen Risiko ausgesetzt.

Dokumentation bei Tätigkeit im Homeoffice oder bei mobilem Arbeiten

Von besonderem praktischem Interesse ist, wie den Dokumentationspflichten nachgekommen werden soll, wenn der Arbeitgeber sich nicht selbst ein Bild von den Arbeitszeiten und der Einhaltung selbiger machen kann. Dies ist insbesondere

bei der Arbeit im Homeoffice der Fall oder auch beim sonstigen mobilen Arbeiten, bei dem also die Wahl des Arbeitsortes dem Arbeitnehmer freigestellt wird.
Allein die Möglichkeit des Missbrauchs – sowohl in die Richtung, dass der Arbeitnehmer vorgibt, mehr gearbeitet zu haben, als er tatsächlich hat (Stichwort: Arbeitszeitbetrug), als auch in die Richtung, dass er über die Grenzen des Arbeitszeitgesetzes hinaus tätig wird – schließt es nicht aus, die Pflicht zur Dokumentation auf den Arbeitnehmer zu delegieren. Allerdings darf der Arbeitgeber es sich nicht zu leicht machen und meinen, er sei damit von jeglicher, eigener Pflicht entbunden. Sicherlich darf er nicht auf die Überwachung der Einhaltung verzichten, sondern muss sich durch regelmäßige Stichproben versichern, dass diese Grenzen eingehalten werden. Dringend regen wir an, den Arbeitnehmer – über eine Anweisung oder auch eine Betriebsvereinbarung zur Arbeitszeiterfassung im Homeoffice und beim mobilen Arbeiten – zur täglichen Erfassung seiner Arbeitszeit, einschließlich der Pausen und Ruhezeiten, zu verpflichten.

Ende der Vertrauensarbeitszeit?

Vielfach wurde behauptet, durch die neuen nun auch gesetzlich geplanten erweiterten Dokumentationspflichten sei die sogenannte Vertrauensarbeitszeit abgeschafft. Dies ist unzutreffend bzw. es hängt von der Beantwortung der Frage ab, was unter Vertrauensarbeitszeit zu verstehen ist. Vertrauensarbeitszeit bedeutet nach unserem Verständnis, dass ein bestimmtes Stundendeputat innerhalb einer bestimmten Zeit (z. B. pro Woche) zu leisten ist. Dabei steht es dem Arbeitnehmer allerdings frei, wie er dieses verteilt – soweit er denn die Grenzen des Arbeitszeitrechts einhält. Dies ist und bleibt nach wie vor möglich. Eine Vertrauensarbeitszeit in dem Sinne, dass beispielsweise einmal zwanzig Stunden am Stück gearbeitet wurde und dann ein „Freitag" eingelegt wurde, war auch bisher nicht arbeitszeitgesetzkonform.
An dieser Stelle zeigt sich aber auch der durchaus – im wohlverstandenen Interesse der Arbeitnehmer – bevormundende Charakter des Arbeitszeitrechts. Gewünschte Flexibilität ist häufig ausgeschlossen. Arbeitet der Arbeitnehmer beispielsweise 35 Stunden wöchentlich und sieben Stunden werktäglich, ist und bleibt er genötigt, nach sechs Stunden eine 30-minütige Pause einzurichten, auch wenn ihm ein „Durcharbeiten" möglicherweise deutlich lieber wäre. Hier gibt es mit Blick auf die Bedürfnisse auch der modernen Arbeitswelt sicherlich noch Reformbedarf, um keinen unerwünschten Schutz, sondern Schutz mit gewünschter Flexibilität für die Vertragsparteien zu ermöglichen.

Was zählt bei einer Dienstreise alles als Arbeitszeit?

Ein Klassiker des Arbeitszeitrechtes ist auch, welche Zeiten als Arbeitszeit im Sinne des ArbZG bei einer Dienstreise anzusehen sind. Hier liegt die Tücke oftmals im Detail. Dabei gelten aber folgende Grundsätze: Wird während der Dienstreise gearbeitet, ist dies Arbeitszeit. Problematisch sind diejenigen Zeiten, in denen nicht gearbeitet wird, der Arbeitnehmer aber schon allein aufgrund der Ortsabwesenheit grundsätzlich verhindert ist, seine Freizeit nach Belieben zu gestalten. Hier gilt bei der Reise mit öffentlichen Verkehrsmitteln, dass, wenn keine Arbeitstätigkeit angeordnet wird, dies arbeitszeitrechtlich – dies ist unbedingt von der Frage der Vergütungspflicht der Arbeitszeit zu trennen! – nicht als Arbeitszeit zählt. Anders ist es hingegen, wenn der Arbeitnehmer selbst einen Pkw steuern muss. Dies ist Arbeitszeit.
Besonders relevant wird die Frage des Beginns und Ende der Arbeitszeit bei Außendienstlern/Vertriebsmitarbeitern. Soweit diese nach Abstimmung mit dem Arbeitgeber den Kunden von der Wohnung und nicht von der Betriebsstätte aus aufsuchen dürfen/sollen, beginnt die Arbeitszeit schon mit dem Verlassen der Wohnung. Absurditäten tun sich hier auf, wenn bei einem weit entfernten Kundenbesuch der Arbeitnehmer, der schnell nach Hause möchte, arbeitszeitrechtlich angehalten ist, zunächst die Ruhezeit von elf Stunden einzuhalten, bevor er den eigenen Pkw wieder besteigt. Hier gilt bisher wohl: „Wo kein Kläger, da kein Richter." Ein Arbeitszeitrechtsverstoß bleibt es trotzdem, der auch bußgeldbewehrt ist und bei beharrlicher Wiederholung und Tolerierung durch den Arbeitgeber auch strafrechtlich geahndet werden kann.
Im Fall von Auslandsreisen ist zu beachten, dass das ArbZG nur innerhalb der deutschen Landesgrenzen gilt. Sobald die Landesgrenzen überschritten werden, gilt das Arbeitszeitregime des jeweiligen Landes. Innerhalb der EU wird es aber wenig Unterscheidungen geben, weil die arbeitszeitrechtlichen Vorschriften weitestgehend zwischen den Mitgliedsstaaten harmonisiert sind.

Foto: © Quality StockArts – stock.adobe.com

Pflicht zur Zeiterfassung auch bei Mobiler Arbeit.

Foto: Jörg Modrow / Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Gastautor: Dr. Eva Rütz, Rechtsanwältin bei Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

KÖLNER EINWOHNER-ZAHLEN 2019

Alle aktuellen Zahlen, Daten und Fakten und Statistiken zur Bevölkerung der Rheinmetropole

Foto: Alex Weis

Selbst bei der Geburtenzahl spielt die jecke Elf in Köln eine Rolle, denn im Jahr 2019 wurden über 11.000 Kinder in Köln geboren.

Zum Stichtag 31.12.2019 lebten insgesamt 1.091.819 Menschen in Köln. Das entspricht einer Zunahme im Vergleich zum Vorjahr von 1.835 Einwohnern und somit einer Quote von 0,2 Prozent. Damit wird die Entwicklung der vergangenen Jahre in der Kölner Einwohnerzahl fortgeschrieben. Das Bevölkerungswachstum der letzten Jahre setzt sich weiter fort, fällt jedoch schwächer aus als in den Vorjahren.

Kölner Einwohnerzahlen 2019 in der Übersicht

Einwohner*	1.091.819
darunter weiblich	557.563
darunter mit Hauptwohnung	1.084.765
linksrheinische Kölner	688.989
rechtsrheinische Kölner	402.830

** Einwohner mit Haupt- und Nebenwohnung (wohnberechtigte Bevölkerung)*

Nach Familienstand

ledig	532.733
verheiratet	404.172
verwitwet	57.069
geschieden	83.447
verpartnert	3.462
Sonstiges/ unbekannt	10.936

Nach Alter

unter 3-Jährige	33.200
3- bis unter 6-Jährige	31.382
6- bis unter 10-Jährige	38.181
10- bis unter 15-Jährige	46.449
15- bis unter 18-Jährige	26.879
18- bis unter 30-Jährige	182.582
30- bis unter 45-Jährige	247.277
45- bis unter 65-Jährige	294.455
65- bis unter 80-Jährige	132.063
80-Jährige und älter	59.354
Durchschnittsalter	42

Geburten & Todesfälle

Geburten	11.338
Gestorbene	9.789

Migrationshintergrund

mit Migrationshintergrund	432.249
darunter mit doppelter Staatsangehörigkeit	140.789
darunter aus dem europäischen Ausland	212.252
Türkei	52.355
Italien	19.313
Westbalkan	15.894
Polen	9.095
Bulgarien/Rumänien	14.187
Griechenland	5.601
Naher und Mittlerer Osten	24.694
Nordafrika	4.110

Haushalte

Haushalte	564.841
Einpersonen-Haushalte	286.743
Haushalte mit Kindern	103.932
darunter Alleinerziehende	23.361
Personen je Haushalt	1,88

Quelle: Stadt Köln / Amt für Stadtentwicklung und Statistik

Die Kölner Innenstadt ist sehr angesagt

Gerade bei den 18- bis unter 30-Jährigen erfreut sich die Kölner Innenstadt als neue Heimat großer Beliebtheit. Fast jeder fünfte Außenzuzug geht in den Stadtbezirk Innenstadt. Bei den 18- bis unter 30-Jährigen ist der Anteil noch ein wenig höher. So sind es vor allem die Kölner City und Stadtteile wie Ehrenfeld und Lindenthal, die für Studierende interessant sind, die deutliche Wanderungsgewinne in der Einwohnerzahl verzeichnen.

Einwohnerbewegung

Zugezogene nach Köln	57.007
Fortgezogene aus Köln	56.793
innerhalb Kölns Umgezogene	64.791

Einwohner je Stadtbezirk

Stadtbezirk	Einwohner	Veränderung zu 2018
Innenstadt	129.055	+ 97
Rodenkirchen	111.040	+ 17
Lindenthal	153.600	+ 451
Ehrenfeld	109.770	+ 384
Nippes	118.577	– 91
Chorweiler	85.732	– 268
Porz	114.699	+ 939
Kalk	121.637	+ 116
Mülheim	150.709	+ 736
Köln gesamt	1.091.819	+ 1.835

Weiter im Abwärtstrend bleibt die Zahl der Umzüge innerhalb Kölns. Sie sank im Jahr 2019 auf 65.000. Im Jahr zuvor waren es 68.000 Menschen, die innerhalb der Stadtgrenzen umzogen. Am stärksten war der Rückgang in der Kölner Einwohnerzahl, betrachtet über den Zeitraum zwischen 2005 und 2019, in der Gruppe der 30- bis unter 45-Jährigen. Hier waren es 11.000 Umzüge weniger.

Betrachtet man die Umzugskette weiter, erfolgen nach den Zuzügen in die Stadt die Umzüge innerhalb der Veedel Kölns. Bezogen auf den Außenwanderungssaldo sind es vor allem innenstadtnahe Stadtteile, die Zuwächse verzeichnen. Der Großteil von ihnen verliert im nächsten Schritt Bevölkerung durch die Umzüge in andere Stadtteile.

Im Jahr 2019 zogen im Saldo 5.057 Personen im familienrelevanten Alter aus der Stadt Köln in die Wohnungsmarktregion. Besonders betroffen sind, ähnlich wie bei den innerstädtischen Umzügen, die zentralen Stadtteile, vor allem auf der linken Rheinseite. Hinzu kommen grenznahe Stadtteile am westlichen und östlichen Stadtrand. Wer aus diesen Stadtteilen fortzieht, verlässt zwar die Domstadt, entfernt sich aber nicht weit vom gewohnten Umfeld, was besonders für Familien wichtig ist.

Über 11.000 Kinder in Köln geboren

Im Jahr 2019 erblickten 11.338 Kölner Kinder das Licht der Welt. Der Überschuss der Geburten beträgt gegenüber den 9.789 Sterbefällen 1.549 Personen. Dies trägt zum Bevölkerungswachstum bei. Die Total Fertility Rate (TFR), also die durchschnittliche Zahl der Kinder, die eine Frau vom 15. bis zum 49. Lebensjahr lebend zur Welt bringt, sank ebenfalls, und zwar auf 1,33 Kinder, während es im Vorjahr noch 1,36 waren.

Von 564.841 Kölner Haushalten sind gut die Hälfte Einpersonen-Haushalte. Dabei leben durchschnittlich 1,88 Personen in einem Kölner Haushalt. Kinder leben in 103.932 Haushalten, unter diesen leben 23.361 Alleinerziehende.

Die Domstadt wächst weiter

57.007 Menschen sind nach Köln zugezogen. Denen stehen 56.793 Fortzüge gegenüber. Dies entspricht einem, wie es Experten nennen, Wanderungsgewinn von 214 Personen bei der Einwohnerzahl.

Köln wächst traditionell durch den Zuzug von Ausländern. Hier gab es ein Wanderungsplus von 2.898 Menschen bei der Einwohnerzahl. 40 Prozent aller Zugezogenen kommen aus dem Ausland, dementsprechend 60 Prozent aus Deutschland nach Köln. Unter den deutschen Bürgern kam es hingegen zu einem Wanderungsverlust. 33.799 Zuzügen stehen 36.483 Fortzüge gegenüber.

Steigende Abwanderung in das Kölner Umland

Fast jedes Jahr steigt die Abwanderung von Personen in die angrenzenden Wohnungsmarktregionen. Mehr als 8.000 Menschen haben allein aus den familienrelevanten Jahrgängen Köln im vergangenen Jahr in Richtung benachbarter Wohnungsmarktregionen verlassen. Der Wanderungssaldo entspricht minus 5.057 bei der Kölner Einwohnerzahl. Dieser Wert hat sich innerhalb der letzten zehn Jahre mehr als verdoppelt. Seit 2017 steigen auch die Wegzüge ins übrige NRW an.

Die Statistiken zeigen auf, dass wegziehende Familien im Kölner Umland eine neue Bleibe finden. Die jüngeren Neukölner stammen in erster Linie aus dem übrigen NRW und dem weiteren Bundesgebiet.

In der Region zieht es die Kölner vor allem nach Bergisch Gladbach und Pulheim. Bei den familienrelevanten Jahrgängen gab es mit Pulheim ein Wanderungssaldo von minus 600. Beim rechtsrheinischen Nachbarn Bergisch Gladbach betrug es immerhin noch minus 577. Nach Bedburg, Siegburg und Hennef zog es vergleichsweise wenige Familien. Gegenüber diesen Städten lag das Wanderungsminus immer unter 50.

Ergo: Das mögliche Zielgebiet für fortziehende Familien hat sich in den letzten Jahren ausgedehnt. Die angespannte Situation am Kölner Wohnungsmarkt ist mit Sicherheit einer der Gründe, auf welche das zurückzuführen ist.

Rheinmetropole ist für junge Menschen attraktiv

Dabei wird die Wanderungsstruktur durch gegenläufige Dynamiken charakterisiert. Auf der einen Seite zeigt sich eine steigende Abwanderung der familienrelevanten Jahrgänge. Das sind die Jahrgänge unter 18 Jahre sowie zwischen 30 und unter 45 Jahren. Auf der anderen Seite hat Köln ein hohes Anziehungspotenzial für viele jüngere Menschen.

Während sich das Wanderungssaldo 2019 in den familienrelevanten Jahrgängen auf ein Minus von 6.344 Personen beläuft, wächst Köln in der Altersgruppe der 18- bis unter 30-Jährigen im Saldo um rund 9.500 Personen in der Einwohnerzahl.

Nicht zuletzt dank der Universität und weiteren Hochschulen sowie vielfältigen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten erfreut sich die Rheinmetropole besonders bei den 18- bis unter 30-Jährigen hoher Beliebtheit. In dieser Gruppe gab es ein Wanderungsplus von 9.500 Personen bei der Einwohnerzahl. Zuzüge von 10.421 ausländischen sowie 20.220 deutschen Mitbürgern ergaben in diesem Segment einen Zuzug von 30.641 Personen. Dieser zeigt sich über die vergangenen 15 Jahre insgesamt recht konstant. Lediglich in den Jahren 2014 bis 2017 mit den massiven Flüchtlingsströmen zeigt sich ein deutlicher Ausschlag der Kurve in der Einwohnerzahl nach oben.

Matthias Ehlert

INNOVATIONS-CHAMPION 2020

Die Ernst Blissenbach GmbH wird 2020 bereits zum vierten Mal beim Innovationswettbewerb TOP 100 gekürt

Foto: KD Busch/compamedia GmbH

Top 100 Preisverleihung 2018

Bei der 27. Runde des Innovationswettbewerbs TOP 100 in der Klasse bis 50 Mitarbeiter konnte die Ernst Blissenbach GmbH in den Kategorien „Innovationsklima“ und „Innovationsförderndes Top-Management“ besonders überzeugen. Das Unternehmen zählt nunmehr bereits zum vierten Mal zu den Top-Innovatoren in Deutschland.

Für Ernst Blissenbach eine weitere Bestätigung, dass der bisherige Kurs der richtige war: „Auch wenn sich Entscheidungen aus der Vergangenheit bewährt haben, muss man Altes beizeiten infrage stellen oder loslassen und Neues wagen. Denn als innovativer Mittelständler darf man keine Angst vor dem Wandel haben, sondern muss ihn als Chance begreifen. Insbesondere in Zeiten, wie sie momentan bewältigt werden müssen, ist das sowohl eine Verpflichtung nach innen als auch nach außen. Unsere Kunden müssen sich auch in der Krise zu einhundert Prozent auf uns verlassen können. Dafür stehe ich persönlich im Wort!“, unterstreicht der Firmeninhaber.

Eigeninitiative der Mitarbeiter fördert Innovationskraft

„Das geht natürlich nur, wenn alle Mitarbeiter voll dabei sind. Wir lassen unsere Leute daher auch gerne am Erfolg teilhaben. Ebenso hat der gesundheitliche Schutz der Mitarbeiter höchste Priorität, denn schließlich sind sie das Wertvollste unserer Firma“, erklärt Ernst Blissenbach. Eigeninitiativ eingebrachte Vorschläge sind dabei ausdrücklich erwünscht: „Unsere Mitarbeiter haben keine Scheu, Verbesserungsvorschläge zu machen“, sagt Blissenbach und ergänzt lächelnd: „Was mit einer Belohnung natürlich noch mehr Spaß macht.“ In Innovation-Labs können Mitarbeiter und Kunden ihre Ideen austauschen. „Die Belegschaft ist die Basis für unsere enorme Innovationskraft. Wissen, Qualität und Bereitschaft treffen hier auf Können, Wollen und Dürfen“, resümiert der Chef und betont, dass der Kundennutzen dabei immer im Vordergrund steht. So konnte einer seiner portugiesischen Kunden durch die Produkte der Remscheider Spezialisten mehr als 100.000 Euro an Energiekosten einsparen.

Blissenbach hat seine Firma nicht nur mit in die oberste Reihe der innovativsten deutschen Unternehmen platziert, sondern auch an die Weltspitze der Hersteller von Werkzeugen zur Innenentgratung längsnahtgeschweißter Rohre. Der bei dieser Fertigung im Rohrinneren entstehende Grat muss entfernt werden, um Bruchstellen zu verhindern und Maschinenstillstände oder Ausschussraten zu verringern. Daher kommen bei der Produktion von Präzisionsstahlrohren für Medizintechnik und Elektromobilität sowie für die Automobil-, Möbel- und Freizeitindustrie weltweit Blissenbach-Systeme zum Einsatz.

FC Bayern München als Vorbild

Neben der erneuten Auszeichnung hat Ernst Blissenbach aber noch einen weiteren, für ihn wichtigen Anlass, sich zu freuen: Er ist ein großer Anhänger des FC Bayern München – und die wurden auch im Corona-Jahr 2020 wieder deutscher Fußballmeister. Dass das dann bereits zum achten Mal in Folge wäre, mindert die Sache für den Fan kein bisschen. Er nimmt sich den Spitzenclub und dessen Exboss Uli Hoeneß sehr gerne als Vorbild. „Wer mehr erreichen will als Durchschnitt, muss auch bereit sein, mehr zu geben als Durchschnitt“ ist dabei seine logische Maxime. „Wir wollten wie die Bayern schon immer zur absoluten Spitzenklasse gehören – dafür muss man sich eben ordentlich ins Zeug legen. Das haben wir getan und es ist uns gelungen“, freut sich der Remscheider Selfmademan.

„Obwohl sich derzeit durch die Pandemie ja einiges verändert hat, können wir möglicherweise doch schon bald wieder zu einer gewissen Normalität zurückkehren, wenn wir uns alle an die vorgegebenen Maßnahmen halten“, hofft Ernst Blissenbach und nimmt das zum Anlass, dem FC-Bayern-Hilfe-Verein schnell noch einen fünfstelligen

Foto: Paul Leclaire

Ernst Blissenbach

Betrag zu spenden. „Das mache ich ausgesprochen gerne wegen der freundschaftlichen Verbundenheit zu Uli Hoeneß, den ich auch persönlich sehr schätze. Er ist mir wegen seines weitreichenden Engagements immer ein Vorbild gewesen, denn auch ich empfinde eine gewisse soziale Verantwortung, weil ich in meinem Leben ebenfalls eine ganze Menge Glück gehabt habe."

TOP 100: der Wettbewerb

Seit 1993 vergibt compamedia das TOP-100-Siegel für besondere Innovationskraft und überdurchschnittliche Innovationserfolge an mittelständische Unternehmen. Die wissenschaftliche Leitung liegt seit 2002 in den Händen von Prof. Dr. Nikolaus Franke, Gründer und Vorstand des Instituts für Entrepreneurship und Innovation der Wirtschaftsuniversität Wien. Mentor von TOP 100 ist der Wissenschaftsjournalist Ranga Yogeshwar. Projektpartner sind die Fraunhofer-Gesellschaft zur Förderung der angewandten Forschung und der BVMW.

ⓘ Mehr Infos unter www.top100.de.

Foto: Archiv Blissenbach

Zwei, die sich verstehen – Ernst Blissenbach und Uli Hoeneß.

Anzeige

HOTEL „DER KLEINE PRINZ" IN NEUEM GLANZ

Nach umfangreichen Renovierungsarbeiten besticht das Hotel „Der kleine Prinz" in Baden-Baden durch eine gelungene Verbindung von Moderne und Tradition

Foto: Melissa Rademacher/ Der kleine Prinz

In zentraler Lage in Baden-Baden, unweit der Sehenswürdigkeiten der Stadt, wie des Festspielhauses oder des weltberühmten Casinos, entführt das Hotel „Der kleine Prinz" Besucher in die Welt des gleichnamigen Buches von Antoine de Saint-Exupéry. Denn an dessen Motive erinnert das charmante Hotel und es erwartet seine Gäste mit Herzlichkeit und individuellem Service.

40 stilvoll und einzigartig eingerichtete Zimmer und Suiten warten darauf, bezogen zu werden. Ein Teil dieser Zimmer wurde in den letzten Monaten bereits aufwendig renoviert. Die weiteren Umbauarbeiten werden auch zukünftig so gestaltet, dass die dort verweilenden Gäste ungestört ihren Aufenthalt genießen können. So möchte das familiengeführte romantische Hotel den wachsenden Ansprüchen seiner Gäste auch zukünftig gerecht werden. Aber neben Design, Funktion und Wirtschaftlichkeit wird auch sehr viel Wert auf Individualität und die Erhaltung des bei den Gästen so beliebten Charmes gelegt.

Moderne Elemente und Altbewährtes geschmackvoll kombiniert

So wurden handverlesene Antiquitäten restauriert und finden ihren Platz in den Zimmern und Suiten. Geschmackvolle Stilmöbel, aber auch moderne Elemente wie Flatscreens wurden sorgsam kombiniert und bilden eine Verbindung zwischen modernster Ausstattung und Altbewährtem.
Investiert wurde in den letzten Monaten auch in das gleichnamige Gourmetrestaurant. So werden die Gäste dort mit kulinarischen Köstlichkeiten bei offenem Kamin verwöhnt. Zudem wurde die hauseigene Gastronomie erweitert, sodass die Gäste nun auch im idyllischen Innenhof des Hotels die französische regionale Küche genießen können. Im Anschluss daran lädt die gemütliche Kamin-Lounge zum Verweilen ein.
Als idealer Ausgangspunkt bietet sich das Hotel „Der kleine Prinz" für einen Besuch des Festspielhauses oder für einen Aktivurlaub am Rande des Schwarzwaldes an. Auch für romantische Tage zu zweit oder eine unvergessliche Hochzeitsreise bietet das Haus das perfekte Ambiente. Verschiedene Arrangements lassen hier keine Wünsche offen.

ⓘ Weitere Infos gibt es auf www.derkleineprinz.de

GUTARTIGE PROSTATA-VERGRÖSSERUNG

Über 4,5 Millionen Männer leiden in Deutschland unter behandlungsbedürftigen Symptomen des unteren Harntraktes.

Foto: © kenchiro168 – stock.adobe.com

Häufiges Wasserlassen in der Nacht kann durch eine gutartige Prostatavergrößerung verursacht werden.

Was genau die Ursachen für eine gutartige Prostatavergrößerung sind, ist bis heute nicht geklärt. Grundsätzlich steigt das Risiko mit zunehmendem Alter. Sind im Alter zwischen 40 und 60 etwa 50 Prozent aller Männer von einer vergrößerten Prostata betroffen, so sind es im Alter zwischen 60 und 80 Jahren schon 75 Prozent. Bei den Männern, die älter als 80 sind, liegt der Anteil der Betroffenen bei etwa 90 Prozent. Einen Zusammenhang zwischen einer gutartigen Vergrößerung der Prostata und einem Prostatakarzinom gibt es nicht.

Die Beschwerden durch eine gutartige Prostatavergrößerung werden häufig als Blasenschwäche des Mannes bezeichnet. Eine vergrößerte Prostata drückt auf die Blase und auf die Harnröhre und verursacht damit häufig die folgenden Symptome:

- Häufiges Wasserlassen, besonders nachts
- Schwacher Harnstrahl
- Nachtröpfeln
- Plötzlicher, schwer zu kontrollierender Harndrang
- Gefühl, die Blasen nicht ganz entleert zu haben
- Harnstottern

Untersuchung

Neben den allgemeinen körperlichen Untersuchungen sind Urinuntersuchungen, eine Urinstrahlmessung und ein Ultraschall der Blase, der Nieren sowie der Prostata erforderlich. Die Prostata wird heute standardmäßig vom After aus mit Ultraschall dargestellt, der sogenannte transrektale Ultraschall (TRUS). Die Auswertung eines speziell entwickelten Fragebogens (International Prostata Symptom Score – IPSS) ermöglicht eine genauere Einschätzung der Symptome in Bezug auf die Stärke und die Beeinträchtigung der Lebensqualität. Der Befund und die individuelle Situation des Patienten sind ausschlaggebend für die weitere Behandlung. Denn bei Weitem nicht jede gutartige Prostatavergrößerung bedarf eines operativen Eingriffs.

Behandlung

Typisch für die gutartige Vergrößerung der Prostata, in der Fachsprache auch als BPH (Benigne Prostata-Hyperplasie) oder BPS (Benignes Prostata-Syndrom) bezeichnet, ist das wechselhafte Muster der Beschwerden. Sie können in vielen Fällen auch ohne eine Operation gelindert werden. Dauer, Art und Ausprägung der Symptome spielen für die Wahl des Behandlungsverfahrens eine entscheidende Rolle. Bei leichten Krankheitszeichen kann unter regelmäßiger ärztlicher Kontrolle zum Teil auch abgewartet werden. Werden die Beschwerden aber stärker, so muss behandelt werden.

Auch eine Therapie mit Medikamenten kann Linderung verschaffen und das Voranschreiten der gutartigen Prostatavergrößerung verzögern, sofern nicht Faktoren wie beispielsweise Blasensteine, Nierenschwäche oder wiederholte Harnwegsinfektionen gegen eine medikamentöse Therapie sprechen. Die Wahl des Medikamentes richtet sich nach den individuellen Beschwerden, der Beschaffenheit der Prostata und wird je nach Verträglichkeit und Verbesserung der Beschwerden eingesetzt. Eine medikamentöse Behandlung bedeutet für den Patienten eine dauerhafte tägliche Tabletteneinnahme. Bei etwa 26 Prozent der Patienten ist eine medikamentöse Behandlung nicht ausreichend oder muss nebenwirkungsbedingt abgesetzt werden. Hier muss die Prostata durch einen Eingriff verkleinert werden.

Sich selbst helfen

Beschwerden beim Wasserlassen sollten immer ernst genommen werden. Ein Urologe kann den Schweregrad der Beschwerden feststellen und die Prostata untersuchen. Bei geringen oder milden Beschwerden können Veränderungen im Verhalten die Miktionsbeschwerden wirksam lindern.

- Wenn ein Patient vor allem nachts häufig auf die Toilette muss, kann eine Reduktion der Trinkmenge vor dem Zubettgehen sinnvoll sein. Dabei sollte aber dringend darauf geachtet werden, dass eine Trinkmenge von 1,5 Liter pro Tag nicht unterschritten werden sollte.
- Der Verzicht auf Koffein und Alkohol oder die Verringerung der Menge an Koffein und Alkohol wirken lindernd, denn Koffein und Alkohol erhöhen die Urinmenge und damit die Beschwerden.
- Gemeinsam mit dem Hausarzt und Urologen sollte überprüft werden, welche Medikamente eingenommen werden.

Trotz der Verhaltensänderungen können sich die Beschwerden des Wasserlassens weiter verschlechtern und eine fortführende Behandlung könnte somit notwendig werden.

Klassische Prostata-operationen der gutartigen Vergrößerung

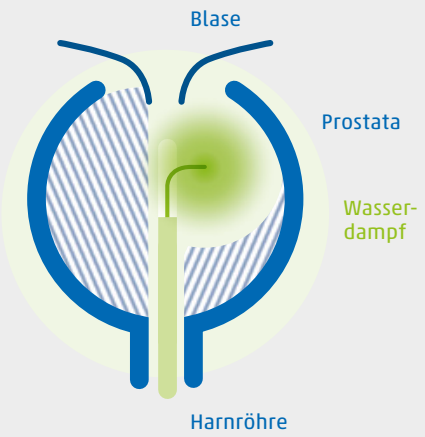
Sollte eine Operation der Prostatavergrößerung notwendig werden, so ist die über die Harnröhre durchgeführte transurethrale Ausschälung der Prostata (TUR-P) ein häufig angewandtes Verfahren. Dabei wird das Gewebe, das direkt auf die Harnröhre drückt, mithilfe einer elektrischen Schlinge abgetragen.
Ein moderneres Verfahren stellt die Laserung der Prostata durch Lichtleiter, die durch ein Endoskop in die Harnröhre eingeführt werden, dar. Es gibt dabei unterschiedliche Methoden von Laserbehandlungen, die seit über 20 Jahren zur Linderung von Prostatabeschwerden und zur Verbesserung des Harnstrahls eingesetzt werden.

Schonende Operations-techniken der gutartigen Prostatavergrößerung

In den letzten Jahren haben sich minimalinvasive Eingriffe der gutartigen Prostatavergrößerung in der Urologie etabliert. Die Verfahren wirken mittels Wasserdampf (REZÜM) oder Druck (iTIND). Dabei steht vor allem das günstige Risikoprofil im Vordergrund. Gravierende Nebenwirkungen sind sehr selten, allerdings ist die Wirkung auch nicht einer klassischen Operationsmethode gleichzusetzen. Daher ist eine schonende Prostatatherapie nicht für jeden Patienten sinnvoll.

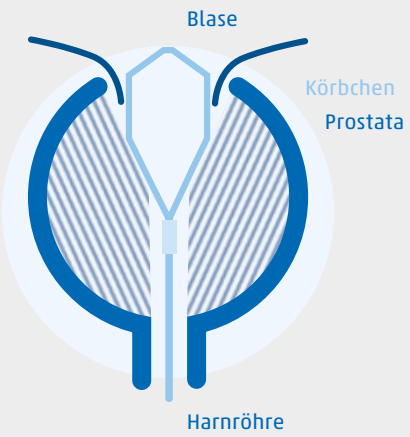
Foto: privat

Gastautor: Priv.-Doz. Dr. med. Johannes Salem, Klinik LINKS VOM RHEIN



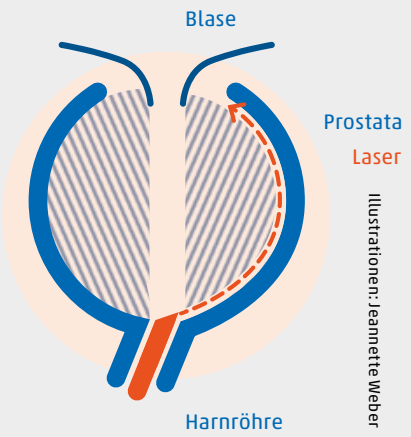
Das REZÜM-System: Wasserdampf

Insbesondere bei Medikamentenunverträglichkeit oder ausgereizter medikamentöser Therapie stellt die Wasserdampf-Ablation der Prostata mit dem REZÜM-System eine alternative Behandlungsmethode dar. Durch ein spezielles Endoskop wird über die Harnröhre heißer Wasserdampf in den inneren gutartig vergrößerten Bereich der Prostata appliziert. Je nach Größe der Prostata führt der gezielt an mehreren Stellen innerhalb der Prostata eingebrachte Wasserdampf zu einer Zerstörung des Gewebes, welches vom Körper abgebaut wird. Dadurch entsteht eine Weitung des Harnkanals innerhalb der Prostata. Da eine chirurgische Kapsel das umliegende Gewebe schont, treten außerhalb des Behandlungsbereichs keine Hitzeschäden auf.
Die REZÜM-Behandlung wird meistens ambulant durchgeführt. Der Effekt der Behandlung ist nicht sofort spürbar, sondern zeigt sich meistens nach sechs Wochen und steigert sich langsam bis zur vollen Wirkung nach einem halben Jahr.



iTIND – ein temporär implantierbares Körbchen

Eine weitere alternative Methode stellt iTIND (temporär implantierbares nitinol Körbchen) dar, das zeitweise in die Prostata eingelegt wird und die Verengung erweitert.
Das Körbchen wird während einer Zystoskopie (Blasenspiegelung) durch die Harnröhre in die Prostataloge eingelegt. Das Körbchen verbleibt dort für fünf bis sieben Tage und drückt in der Zeit auf das Gewebe. Das bewirkt eine geringere Durchblutung und damit eine Schrumpfung des Gewebes. Es bilden sich drei längliche Kanäle, durch die der Urin besser abfließen kann, und der Blasenhals wird erweitert. Während der Liegezeit des Körbchens kommt ein kleiner Faden aus der Harnröhre, welcher am Penis befestigt wird. Nach fünf bis sieben Tagen wird das Körbchen in der Prostata zusammengefaltet und mithilfe des Fadens über einen Katheter entfernt.



Illustrationen: Jeannette Weber

Holmium-Laserenukleation der Prostata (HoLEP)

Die Holmium-Laser-Enukleation der Prostata (HoLEP) ist zunehmend zum Standard in der operativen Therapie der gutartigen Prostatavergrößerung geworden. Die Operation erfolgt endoskopisch durch die Harnröhre. Die HoLEP entfernt mittels Laser die gutartig vergrößerten Anteile der Prostata. Der verwendete Laser hat lediglich eine sehr geringe Eindringtiefe, wodurch ein besonders umgebungsschonendes Operieren möglich ist. Im Anschluss der Enukleation wird das ausgehöhlte Gewebe in der Blase zerkleinert und abgesaugt. Die Operation kann unabhängig von der Größe der Prostata durchgeführt werden und ersetzt gerade bei großen Prostatadrüsen die offene Operation. Im Anschluss wird ein Katheter für zwei Tage zur Blasenspülung eingelegt.

STÖRFAKTOREN UND LEERE TISCHE

Gastronomen haben es in der Krise besonders schwer

Foto: © Andrey – stock.adobe.com

Trotz Wiedereröffnung haben es Gastronomen weiter schwer.

In Nordrhein-Westfalen haben Cafés und Restaurants seit Mitte Mai wieder geöffnet. Doch für die Gastronomen bedeutet dies einen enormen Mehraufwand. Denn schon beim Eintritt müssen sie Kundendaten wie Name, Ankunftszeit und Rückrufnummer erfassen. Gesundheitsämter sollen so Infektionsketten besser nachvollziehen können.

Es sind schwierige Zeiten für Gastronomen. Nach wochenlanger Zwangspause bedeuten die Hygiene- und Abstandsregeln einen zusätzlichen Mehraufwand. Gleichzeitig sind die Umsätze weit unterhalb des Niveaus vor Ausbruch der Corona-Pandemie in Deutschland. 85 Prozent der Betriebe haben wieder geöffnet. Laut Gaststättenverband Dehoga NRW beklagen aber drei Viertel der Mitglieder Umsatzeinbußen von 50 Prozent und mehr. „Durch die Corona-Auflagen müssen wir das Verhältnis zu unseren Gästen sowieso neu justieren – die Liste mit Kontaktdaten ist da zweifellos ein Störfaktor“, sagte Thorsten Hellwig, Dehoga-Sprecher, dem WDR.

Schwierige Umsetzung

Und gerade die Handhabung mit den Kontaktlisten ist ein großes Problem. Die Unsicherheit bzgl. der Umsetzung ist groß, denn in den Vorgaben des Landes NRW heißt es klar, dass an jedem Tisch eine Liste ausgelegt werden muss und zu jedem Gästewechsel eine neue. Doch aus datenschutzrechtlichen Aspekten ist das ein Problem, denn dass sich alle Kunden in eine einzige Liste eintragen, auch wenn sie gemeinsam und geplant ein Restaurant oder Café besuchen, das geht nicht. Die Listen müssen zudem vier Wochen vertraulich aufbewahrt werden, bevor sie vernichtet werden. Wie und was mit den Daten geschieht, ist vielen Gaststättenbesuchern offenbar nicht so wichtig. Eine öffentliche Debatte darüber fehlt bislang. Die Möglichkeit, wieder außer Haus essen und trinken zu können, scheint zu überwiegen trotz vieler weiterer Maßnahmen. So müssen Gastronomen viele weitere Aspekte beachten, die für die Innen- und Außenbereiche gelten. Zwischen den Tischen muss es einen Abstand von mindestens 1,5 Metern geben. Pro Tisch sind maximal zehn Personen erlaubt – oder Personen aus zwei Hausständen. Die Gastronomen müssen den Gästen außerdem immer einen Platz zuweisen, es gilt zudem eine Sitzplatzpflicht. Nur dann, wenn die Gäste sich vor jeder Nutzung die Hände desinfizieren können, sind Büfetts erlaubt. Sowohl im Innen- als auch im Außenbereich müssen sich die Gäste nach Betreten des Lokals Hände waschen und desinfizieren. Angestellte mit Gästekontakt müssen eine Mund-Nasen-Bedeckung tragen. Gäste, die am Tisch sitzen, müssen keinen Mundschutz tragen. Stehen sie bspw. für einen Toilettengang auf, aber schon. Bars, Mensen und Kantinen durften Mitte Juni wieder öffnen. Discotheken, Clubs und Bordelle bleiben weiter dicht.

Hilfen reichen wohl nicht aus

Besonders Außenbereiche von Gastronomiebetrieben sind mit den zunehmend besser werdenden Witterungsbedingungen wieder gefragter, trotz Kontaktlisten und Abstandsregeln. Doch können die Betriebe nicht kostendeckend arbeiten, immer noch bleiben viele Tische leer. Der Branchenverband Dehoga begrüßte die im Juni verabschiedeten Hilfen für Gastronomien im Rahmen des Konjunkturpaketes der Bundesregierung. „Aber Kritikpunkte und zahlreiche offene Fragen zum Rettungsfonds, zu dem sogenannten Programm für Überbrückungshilfen, bleiben bestehen“, sagte Dehoga-Präsident Guido Zöllick. Er mahnte zudem die Wichtigkeit der geplanten Überbrückungshilfen für die betroffenen Betriebe an. „Wir haben immer wieder deutlich gemacht, dass alle Unternehmen direkte Finanzhilfen durch einen Rettungsfonds benötigen. Nicht nur Größe, sondern der Grad der Betroffenheit der Betriebe ist dabei zu berücksichtigen“, so Zöllick. Zudem glaubt der Branchenverband, dass die geplanten Hilfspakete für die Gastronomen nicht ausreichen werden. „Die geplanten Summen sind zu gering. Überbrückungshilfen für drei Monate greifen zudem in unserer besonders betroffenen Branche deutlich zu kurz. Hier ist eine Ausweitung auf sieben Monate zwingend notwendig“, mahnt Zöllick. Nach Angaben des Branchenverbands sind ein Drittel der Gaststätten in ihrer Existenz bedroht.

Christian Esser

Foto: © 8th – stock.adobe.com

MILLIARDENPROGRAMM FÜR SCHULEN

48 Einzelprojekte sollen bis 2027 gefördert werden

Die Kölner Schulen sollen für die Zukunft fit gemacht werden.

Es ist das größte Schulbau-Programm in der Geschichte der Stadt Köln. Mit einem Gesamtvolumen von rund 1,7 Milliarden Euro sollen insgesamt 48 Einzelprojekte von General- und Totalunternehmen realisiert werden. Köln erhält zudem zwei neue Gesamtschulen im linksrheinischen Stadtteil Ossendorf und im rechtsrheinischen Deutz.

Neubauten, Erweiterungen, Generalinstandsetzungen und Interimsbauten – die Stadt Köln hat viel vor, wenn es darum geht, die Schulen fit für die Zukunft zu machen. Es ist das zweite Schulbauprogramm dieser Art. Bereits im ersten Programm werden Schulbauprojekte im Wert von 520 Millionen Euro von General- und Totalunternehmern umgesetzt, die für die Projekte zwecks Beschleunigung des Schulbaus beauftragt wurden. Mit dem zweiten Schulbauprogramm will die Stadt Köln das Tempo weiter anziehen. Bis 2027 sollen alle Maßnahmen beendet werden. Die Hälfte der im ersten Schulbauprogramm vorgesehenen 22 Maßnahmen werden bereits ausgeführt oder sollen in den nächsten Wochen beginnen. Laut Stadt befinden sich die Maßnahmen aus dem ersten Schulbauprogramm „weitestgehend voll im Zeitplan“. In der letzten Sitzung vor der Sommerpause beschloss die Stadt Köln zudem den zusätzlichen Bau zweier Grundschulen in den Stadtteilen Kalk und Junkersdorf sowie den Ausbau der Gesamtschule in Dellbrück. Die Stadt Köln investiert mit Hilfe des Förderprogramms „DigitalPakt NRW“ zusätzlich 52 Millionen Euro in die Digitalisierung der Schulen.

274 Millionen werden in 2020 investiert

„Das Tempo, das wir im Schulbau wollen, können wir nur über diesen Weg erreichen. Wir brauchen schnellstmöglich moderne Schulen und auch zusätzliche Schulen. Wir investieren allein in diesem Jahr 274 Millionen Euro in Schulbau-Großprojekte und haben 76 Schulbauprojekte in Planung und Bau. Aber wir wollen mit unseren Sonderprogrammen noch deutlich schneller werden. Damit wir einen Flaschenhals bei der Realisierung vermeiden. Und deshalb geht dieses Programm mit rund 1,7 Milliarden Euro nun noch mal weit über die 520 Millionen hinaus, die wir für das erste GU/TU-Paket schon bereitgestellt haben“, erklärt Kölns Oberbürgermeisterin Henriette Reker.

Das erste Schulbauprogramm hat die Stadt Köln bereits 2017 beschlossen. Im Vergleich zum vorherigen GU/TU-Sonderprogramm sind nun mit den neuen Gesamtschulen in Ossendorf und Deutz zwei Großbauprojekte hinzugekommen. Zudem sind im zweiten Schulbauprogramm mehr Maßnahmen vorgesehen, um bestehende Schulen zu sanieren. Hierzu werden voraussichtlich mehr Interimsbauten eingesetzt werden, um die Maßnahmen an den bisherigen Standorten realisieren zu können. Mit den 48 Einzelmaßnahmen sollen 13.127 Schulplätze in Köln gesichert oder zusätzlich geschaffen werden. Im Vergleich zum ersten Maßnahmenpaket sind dies noch einmal rund 4.000 Schulplätze mehr, die gesichert bzw. neu geschaffen werden.

Programm soll Rückstand bei Schulbau bekämpfen

„Wir gehen hier einen weiteren wichtigen Schritt zur Bekämpfung des Schulbaurückstandes. Unsere aktuelle Schulentwicklungsplanung weist einen außerordentlich hohen Bedarf an Schulbaumaßnahmen aus, den wir nicht zuletzt mit solchen Methoden schneller schließen können. Wir können und sollten jetzt keine weitere Zeit verstreichen lassen und dieses Paket so schnell wie möglich angesichts der Aufgaben, die noch auf uns warten, an den Start bringen. Allein unsere Schulbaumaßnahmenliste weist aktuell 192 Projekte aus“, sagt Kölns Schuldezernent Robert Voigtsberger.

„Wir können bei der Zusammenarbeit mit General- oder Totalunternehmern bei Großprojekten wie Neubauten, Erweiterungsbauten, Generalinstandsetzungen die Zeit- und Kostenrisiken durch den privaten Partner deutlich minimieren, wenngleich auch nicht komplett ausschalten, weil sie – wie wir – den Marktgegebenheiten unterliegen“, erklärt Kölns Baudezernent Markus Greitemann und fügt hinzu: „Wichtig ist uns dabei: Auch nach der Vergabe an einen GU oder TU ist und bleiben wir als Stadt Köln Herrin des Verfahrens sowie Eigentümerin der Objekte. Unsere Gebäudewirtschaft erbringt umfassende Vorarbeiten in der Planung und bereitet die höchst komplexen Vergaben juristisch und baufachlich vor. Sie übernimmt das Controlling der Leistungen, sondiert den Markt, bereitet Ausschreibungen vor, regelt alles Vertragliche, ermittelt die Grundlagen und koordiniert fortlaufend ämterübergreifend bis zur Fertigstellung und darüber hinaus.“

Christian Esser

Anzeige

KUREN IM WELT-BERÜHMTEN SPA-DREIECK

Frische Luft und saubere Natur – die Karlsbader Kurregion empfängt wieder Gäste unter Einhaltung der Corona-Regeln

Foto: Hotel Falkenstein, Marienbad-Tschechien

Seit dem 20. Mai 2020 sind die TOPKUR-Hotels unter Einhaltung der Abstands- und Hygieneregeln wieder für den Normalbetrieb geöffnet.

Das weltberühmte Spa-Dreieck in Tschechien, bestehend aus den Kurorten Karlsbad, Marienbad und Franzensbad verfügt über ein reiches Vorkommen von Mineral-, Thermal- und Naturquellen und lädt zu Kur- und Relax-Aufenthalten ein. Hier gibt es Entspannung pur in einer Region mit sauberer Natur, frischer Luft und ohne Schwerindustrie. Daneben locken viele Sehenswürdigkeiten wie beispielsweise Burgen, Schlösser oder dem Kloster Tepl, aber auch Naturschutzgebiete.

Westböhmisches Bäderdreieck für das Wohlbefinden von Geist und Körper

Das westböhmische Bäderdreieck ist eine Reise wert, denn die reiche Geschichte der Kurorte und deren Angebote zur Entspannung und traditioneller Heilung sind eine Wohltat für Geist und Körper. Die professionelle Pflege vor Ort durch TOPKUR sowie der umfassende Service tragen zum Wohlbefinden bei. Karlsbad, der älteste Kurort in Böhmen, besticht mit seiner reichen Kulturgeschichte. Hier finden vor allem Patienten mit Problemen des Verdauungs- und Bewegungsapparates Linderung. Dafür sorgen die zahlreichen heißen Quellen. Die bekannteste und stärkste Quelle trägt den Namen Sprudel und befindet sich in den Weißen Kolonnaden. In Marienbad, mit seinen Mineralquellen und natürlichen trockenen Kohlenstoffgasquellen, werden vornehmlich Atemwegserkrankungen behandelt. Die wunderschöne Kurstadt, in Höhe von 650 Meter über dem Meeresspiegel gelegen, verfügt über ein erholsames Vorgebirgsklima und sehr saubere Luft. Die „Singende Fontäne“ auf der Kolonnade ist nur eine der Attraktionen des Ortes.

Moorbäder und Radonbehandlungen

Ebenfalls zum Spa-Dreieck zählt Franzensbad, der von Franz I., Kaiser von Österreich, gegründete Kurort, wo eine Vielzahl Erkrankungen behandelt werden. Dazu zählen u.a. solche des Bewegungsapparates, des Herzens, der Blutgefäße sowie gynäkologische Erkrankungen. Hierbei kommen ausschließlich lokale Naturheilmittel aus dem Franzensbadener Moor zur Anwendung.
Neben den drei berühmten Kurorten der Karlsbader Region ist auch Joachimsthal erwähnenswert. Hier wurden bereits Anfang des zwanzigsten Jahrhunderts radonhaltige Quellen entdeckt. Das erste Radonbad der Welt ist bekannt für seine einzigartigen Behandlungen des Bewegungsapparates.
Unter der Federführung von Karlsbad bewarben sich die Kurstädte Karlsbad, Marienbad und Franzensbad für 2020 um die Aufnahme in die Liste der UNESCO-Welterbestätten. Die Aufnahme würde eine Aufwertung der Kurstätten sowie der Denkmäler bedeuten.

Kuren bei TOPKUR unter Einhaltung der Corona-Regeln wieder möglich

Im Zuge der Lockerungen im Rahmen der Corona-Krise ist nun auch wieder entspanntes Kuren im westböhmischen Spa-Dreieck möglich. Nachdem Kur- und Rehabilitationsgäste die Annehmlichkeiten von TOPKUR bereits seit dem 20. Mai 2020 wieder genießen können, kommen seit dem 15.06.2020 auch wieder „normale“ Touristen und Gäste aus Deutschland, Tschechei und Österreich in diesen Genuss. Natürlich legt TOPKUR besonderen Wert auf die Einhaltung der Abstands- und Hygienemaßnahmen, so dass sich jeder Gast sicher und wohl fühlen kann.
Der lokale Spezialist für Kur und Wellness bietet mit über 15-jähriger Erfahrung professionellen Service und persönliche Betreuung der Gäste direkt an den Kurorten. Die Mitarbeiter von TOPKUR kennen alle Hotels aus persönlicher Erfahrung, so z. B. auch das Partnerhotel „Falkensteiner Grand Spa Marienbad“. Diese nichtstaatliche Gesundheitseinrichtung kann mit dem größten Poolkomplex der Stadt und einer hoteleigenen Tiefgarage aufwarten. Zudem befinden sich die hauseigene Wasserquelle Alexandra und alle Anwendungen unter einem Dach. Selbstverständlich wird auch hier besonderen Wert auf die Sicherheit der Gäste in Zeiten des Corona-Virus gelegt.

SCHNELL – SICHER – GÜNSTIG

IHR BUSINESSPARTNER FÜR MARKENSOFTWARE

Betriebssysteme | Office Pakete | Server und Zugriffslizenzen | MAK/KMS | Virenschutz

AUS KÖLN, FÜR KÖLN

MEHR INFOS FINDEN SIE UNTER:

b2b.lizengo.de

TOYOTA GEWERBEWOCHEN 2020

FÜR MACHER GEMACHT

TOYOTA

NICHTS IST UNMÖGLICH

DER NEUE PROACE CITY

Ab **149 €*** mtl. zzgl. MwSt.

INKL. WARTUNG
0 € ANZAHLUNG

Kraftvoll, effizient und mit einem der besten Ladevolumen seiner Klasse ist der neue PROACE CITY einfach für alle gemacht, die mehr vorhaben.

Jetzt viele weitere Nutzfahrzeuge von Toyota Professional entdecken.

Kraftstoffverbrauch PROACE CITY Duty, 1,5 Diesel, 55 kW (75 PS), L1 verblecht 3-türig, 5-Gang-Schaltgetriebe, innerorts/außerorts/kombiniert: 4,5/3,9/4,1 l/100 km, CO_2-Emissionen kombiniert: 109 g/km.

Gesetzl. vorgeschriebene Angaben gem. Pkw-EnVKV, basierend auf NEFZ-Werten. Die Kfz-Steuer richtet sich nach den häufig höheren WLTP-Werten.

*Unser Toyota Meister-Leasing-Angebot[1,2] für den PROACE CITY Duty, 1,5 Diesel, 55 kW (75 PS), L1 verblecht 3-türig, 5-Gang-Schaltgetriebe, Leasingsonderzahlung: 0,00 €, Vertragslaufzeit: 48 Monate, Gesamtlaufleistung: 40.000 km, 48 Raten à 149 € mtl. **zzgl. MwSt.**

[1]Ein **unverbindliches** Angebot der **Toyota Leasing GmbH, Toyota-Allee 5, 50858 Köln.** Entsprechende Bonität vorausgesetzt. **Monatliche Leasingrate inklusive Wartung.** Wartungen nach Serviceplan (nach 20.000 km (Benziner)/30.000 km (Diesel) bzw. jeweils einem Jahr). Alle Angebotspreise verstehen sich auf Basis **der unverbindlichen Preisempfehlung** der Toyota Deutschland GmbH, Toyota-Allee 2, 50858 Köln, per April 2020, **zzgl. MwSt., zzgl. Auslieferungspaket 831,93 EUR netto. Dieses Angebot ist nur für Gewerbekunden gültig. Gilt bei Anfrage und Genehmigung bis zum 30.09.2020. Individuelle Preise und Finanzangebote erhalten Sie bei uns.** [2]Toyota Meister-Leasing in Kooperation mit KINTO One. KINTO One ist eine Geschäftsbezeichnung der Toyota Leasing GmbH, Toyota-Allee 5, 50858 Köln. Abb. zeigt Sonderausstattung.

TOYOTA | Toyota Professional

In Kooperation mit KINTO ONE[2]

AUTOLEVY

AUTOLEVY GmbH & Co. KG
Liebigstraße 201-203 · 50823 Köln
ehrenfeld@autolevy.de · 0221/179000

STANDORTWECHSEL

Ab dem **20.07.2020** finden Sie uns auf der **Widdersdorfer Straße**