

IHK WirtschaftsForum

Unternehmermagazin für die Region FrankfurtRheinMain

www.frankfurt-main.ihk.de A 4836

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY 8-31

GESELLSCHAFT MITGESTALTEN – NACHHALTIG INVESTIEREN – ERFOLGSFAKTOR
VERANTWORTUNG – SOCIAL DAYS: GEMEINSAM FÜR EINE GUTE SACHE

**STANDORTPOLITIK**

Regionaltangente
West: Die Wirtschaft
steigt ein 34

INNOVATION

Premiere des Social
Media Days: Digitaler
Kulturwandel 44

STEUERN

Frankfurter Haushalt:
Weiter auf Konsoli-
dierungskurs 50

IHK INTERN

Spiel mit Kontrasten:
Umbau und Sanierung
des IHK-Südflügels 52



www.facebook.com/FrankfurterSparkasse

Unser Leben, unser Schwung, unsere Frankfurter Sparkasse

„Man muss nicht immer das Rad neu erfinden, um mit Innovationen Erfolg zu haben. Manchmal genügt eine gute Idee und der richtige Finanzpartner, der mit anschiebt.“

Die Firmenkundenbetreuung
der Frankfurter Sparkasse.
Mit uns können Sie etwas bewegen.



Frankfurter
Sparkasse

1822

Wolfgang Momberger, Helge von Fugler | Unternehmer
EBIKE ADVANCED TECHNOLOGIES GMBH | Kunde seit 2013

Gesellschaft mitgestalten



„Erfolgreiches Unternehmertum geht mit sozialer und ökologischer Verantwortung einher.“

Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Immer mehr Unternehmen setzen sich aus Überzeugung mit dem Thema Corporate Social Responsibility, kurz CSR, auseinander oder leben die traditionellen Tugenden des ehrbaren Kaufmanns ganz selbstverständlich. Damit legen sie ein wirtschaftlich und gesellschaftlich tragfähiges Fundament für eine Zukunft, in der erfolgreiches Unternehmertum zugleich mit sozialer und ökologischer Verantwortung einhergeht. Dennoch ist es für viele Unternehmen eine Herausforderung, CSR als betriebswirtschaftliche Chance zu nutzen. Neben der strategischen Ausrichtung in den Unternehmenszielen bedarf es eines ganzheitlichen, konzeptionellen Verständnisses und einer Handlungskompetenz für praktische Umsetzungsprozesse.

Einem heute erfolgreichen Unternehmen empfehle ich für die Zukunft, gesellschaftliche Verantwortung für seine internen Prozesse, für seine Produkte, für seine Mitarbeiter und für seine Zulieferer zu übernehmen. Bei strategischer Planung und Verankerung auf allen Ebenen im Unternehmen, wird diese Ausrichtung die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens durch zusätzliche Marktchancen weiter stärken. Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen können hier profitieren, indem sie ihr regionales Umfeld positiv mitgestalten.

Um die Mitgliedsunternehmen auf diesem Wege zu unterstützen und zu begleiten, hat die IHK Frankfurt ihr Informations- und Serviceangebot zum Thema Corporate Social Responsibility ausgebaut. Neben regelmäßiger Berichterstattung im IHK WirtschaftsForum und dem jährlich stattfindenden CSR-Symposium wird das CSR-Angebot auf der IHK-Internetseite in einem CSR-Themenportal gebündelt, damit Sie informiert bleiben.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Marlene Haas
Vizepräsidentin, IHK Frankfurt



08-31

INHALT 11.14

VORWORT ►

- 03 Gesellschaft mitgestalten** Marlene Haas,
Vizepräsidentin, IHK Frankfurt

SPECIAL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ►

- 08 Wertschöpfung** Freiwilliges Strategiemodell
10 Gesellschaftliche Verantwortung Erfolg neu definieren
14 Ratingagenturen Nachhaltig investieren
16 CSR Regio.Net Gelebte Überzeugung
20 CSR-Preis der Bundesregierung Erfolgsfaktor Verantwortung
22 Social Days Gemeinsam für eine gute Sache
24 Messe Frankfurt Nachhaltig aus Überzeugung
26 Nachhaltige Unternehmensführung Im Unternehmen verankert
28 Clariant Langfristig Werte schaffen
30 GLS Bank Transparenz erzeugt Vertrauen



32



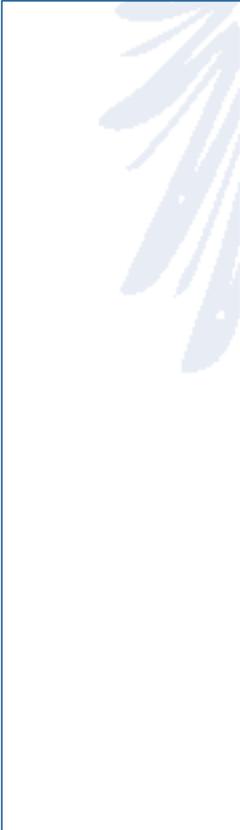
42



34



52



STANDORTPOLITIK ▶

- 32 **Regionaltangente West** Die Wirtschaft steigt ein
- 34 **IHK-Studie „Mobile Arbeitnehmer“** Frankfurt ist Pendlerhochburg

FINANZPLATZ ▶

- 36 **Auslandsbanken** Eine Sache des Vertrauens

AUS- UND WEITERBILDUNG ▶

- 38 **IHK-Bildungszentrum**
- 40 **IHK-Feriencamp** Lernen, während andere reisen

INNOVATION UND UMWELT ▶

- 43 **Frankfurter Industrieabend** Harmoniestörer Energiewende
- 44 **Social Media Day** Digitaler Kulturwandel

INTERNATIONAL ▶

- 46 **Schanghai** Gefragter Standort

RECHT UND STEUERN ▶

- 48 **Symposium Law – Made in Germany**
- 50 **Frankfurt** Weiter auf Konsolidierungskurs

IHK INTERN ▶

- 52 **IHK-Gebäude** Spiel mit Kontrasten
- 54 **Dr. Peter Bartmann (1883–1964)**
Eine große Persönlichkeit

67 VORSCHAU | BEIM NAMEN GENANNT ▶

Beilagenhinweis: Dieser Ausgabe liegen Beilagen von Unitymedia KabelBW GmbH, Köln, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung!

KURZMELDUNGEN



INTERNATIONAL

Finnischer Staatspräsident zu Gast

Am Tag der Eröffnung der Frankfurter Buchmesse empfing die IHK Frankfurt den Staatspräsidenten der Republik Finnland, Sauli Niinistö. In seiner Rede vor rund 140 Teilnehmern des Wirtschaftsforums Finnland betonte der hochrangige Staatsgast die wichtige Rolle, die Innovationen für den Fortbestand von Unternehmen haben. Er habe größtes Vertrauen in den dafür notwendigen Prozess, der unter anderem von deutsch-finnischen Kooperati-

onen getragen werde. Die IHK Frankfurt wurde durch ihre stellvertretende Präsidentin, Karen Hoyndorf, vertreten. Im Anschluss diskutierten finnische und deutsche CEOs in einem Panel über die Potenziale der deutsch-finnischen Zusammenarbeit und die Trends zur Umsetzung der Industrie 4.0. Anlass des Deutschlandbesuchs des finnischen Staatspräsidenten war die Frankfurter Buchmesse – Finnland war dort in diesem Jahr Ehrengast. |

STANDORTPOLITIK

Einzelhandelskonzept wird fortgeschrieben

Bürgermeister Olaf Cunitz bittet die lokalen Einzelhändler um Mitarbeit bei der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts. Noch bis Ende des Jahres werden die Daten vom Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung, Dortmund, im Auftrag der Stadt erhoben. „Das Konzept soll Stadtverwaltung und Politik eine fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle Planvorhaben liefern sowie mögliche Entwicklungsperspektiven und bau- und planungsrechtliche Handlungsnotwendigkeiten aufzeigen“, so Cunitz. „Um die notwendigen Informationen, insbesondere zur Nahversorgungssituation, zu bekommen, und aufgrund von veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Einzelhandels-

entwicklung, wird das bestehende Konzept nun fortgeschrieben.“ In diesem Zusammenhang ist auch eine Aktualisierung der Einzelhandelsbestandsdaten nach Sortimenten und Verkaufsflächengrößen im gesamten Stadtgebiet erforderlich. Dadurch können wichtige Rückschlüsse auf die Angebotssituation und zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten des Frankfurter Einzelhandels gezogen werden. Die Stadt Frankfurt bittet alle Einzelhändler darum, dem Planungsbüro die kurze Erhebung in den Geschäften zu ermöglichen, um ein repräsentatives Bild der Angebots- und Nachfragesituation zu gewährleisten. Dies dauert voraussichtlich bis Ende des Jahres, die Erstellung des Gutachtens wird bis ins Jahr 2016 dauern. |

ARBEITSMARKT

Rechtsanspruch auf Familienpflegezeit

In seiner Stellungnahme zum Pflegevereinbarungsgesetz hat der DIHK den vorgesehenen Rechtsanspruch auf Familienpflegezeit scharf kritisiert. Dieser berücksichtige die betrieblichen Belange nicht ausreichend und stelle eine erhebliche zusätzliche Belastung der Unternehmen dar. Hieran

ändere auch eine Ausnahme für Betriebe bis 15 Beschäftigte wenig. Aus Sicht des DIHK sind freiwillige, individuelle Vereinbarungen zwischen Betrieben und Beschäftigten der bessere Ansatz, um eine bessere Vereinbarkeit von Berufstätigkeit und Pflegeaufgaben zu erreichen. |



UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

Transparenzpflichten in EU-Förderprogrammen verhindert

Die Informationspflichten bei den neuen EU-Finanzierungsinstrumenten konnten eingedämmt werden: Dies haben DIHK, ZDH, KfW, europäischer Bankenverband und die Deutsche Kreditwirtschaft jetzt gemeinsam erreicht. Außerdem wurde die Veröffentlichung von Kreditdaten für den Großteil der Unternehmen mit dem Hinweis auf den

besonderen Vertrauensschutz verhindert. Zunächst waren zusätzliche Informationspflichten geplant, damit Betriebe über den Ursprung der Fördermittel, die sie über ihre Hausbanken, Förder- und Bürgschaftsbanken erhalten, genau informiert sind. Zusätzlich sollten Informationen über die geförderten Kredite im Internet veröffentlicht werden. |

STEUERN

Jahressteuergesetz: Verbände kritisieren Entwurf

Teile des geplanten Jahressteuergesetzes kritisieren der DIHK und andere führende Wirtschaftsverbände in einer gemeinsamen Stellungnahme. Der vorgesehene Schnellreaktionsmechanismus in der Umsatzsteuer, der es dem Finanzministerium ermöglicht, für einzelne Waren die Steuerschuldnerschaft kurzfristig vom Lieferanten auf den Abnehmer zu ändern, würde zu erheblicher Rechtsunsicherheit und steigenden Bürokratiekosten bei den Unternehmen führen.

Auch bei der lohnsteuerlichen Behandlung sehen die Verbände Nachbesserungsbedarf. So ist geplant, den steuerfreien Betrag von 110 auf 150 Euro anzuheben – das sei zwar grundsätzlich richtig, aber noch viel zu niedrig. Weiteren Änderungsbedarf sieht der DIHK in der Anhebung der Grenze der geringwertigen Wirtschaftsgüter von 410 auf 1000 Euro und der Vereinfachung der Thesaurierungsbegünstigung für Personengesellschaften in der Einkommensteuer. |

AUSBILDUNG

Mehr betriebliche Ausbildung in der EU gefordert

Europa braucht mehr betriebliche Ausbildungsmodelle. Das schlägt Richard Weber, Präsident des europäischen Kammerdachverbands Eurochambres vor. Auf diesem Weg würden die Beschäftigungschancen junger Menschen deutlich verbessert, betonte Weber auf dem VET-Business-Forum der Europäischen Kommission. Die Kommission hatte im Juli 2013

die sogenannte Europäische Ausbildungsallianz ins Leben gerufen. Um sie voranzubringen, plädiert Eurochambres für eine europäische Leitinitiative mit einem Bündel an Maßnahmen für betriebliche Ausbildung. Dazu gehören unter anderem mehr finanzielle Mittel sowie die stärkere Einbeziehung der Kammern in die praxisnahe Berufsausbildung. |



RECHT

Reisekostenrecht vereinfacht

Der DIHK hatte sich beim Bundesfinanzministerium (BMF) dafür eingesetzt, das neue Reisekostenrecht praxisnäher zu gestalten. Einen Großteil der 36 Vorschläge des DIHK hat das BMF jetzt angenommen. Bei den vom DIHK angestrebten Vereinfachungen ging es um un-

terschiedlichste Einzelfragen, wie etwa, ob ein belegtes Brötchen eine Mahlzeit ist oder ob die Ankunft nach einer Dienstreise um drei Uhr zu einer Verpflegungspauschale führt. Die Vereinfachungen helfen Unternehmen, das Reisekostenrecht leichter anzuwenden. |

INNOVATION

Spitzenausgleich-Effizienzsystemverordnung vereinfachen

Das Bundeswirtschaftsministerium hat im September einen Entwurf für die Anpassung der erst ein Jahr alten Spitzenausgleich-Effizienzsystemverordnung vorgelegt. Wie vom DIHK gefordert, werden damit unklare und in sich teilweise widersprüchliche Anforderungen an die Nachweisleistung behoben. Allerdings kann der Vollzug der Verordnung für Unternehmen und Behörden wesentlich einfacher ausgestaltet werden, ohne das Ziel der Effizienzsteigerung zu konterkarieren. Darauf weist der DIHK in seiner Stellungnahme hin. Zu den Vorschlägen des DIHK gehören die Möglichkeit der internen Audi-

tierung für KM, die Anerkennung der dreijährigen Gültigkeit der DIN-EN-ISO-50001-Zertifikate beziehungsweise Emas-Registrierungsbescheide sowie der Verzicht auf einen zusätzlichen Nachweis auf einem amtlich vorgeschriebenen Vordruck. Seit Anfang 2013 ist die Wahrnehmung des Spitzenausgleichs für eine Entlastung bei der Strom- und Energiesteuer an die Einführung und den Betrieb eines Energie- (DIN EN ISO 50001) oder Umweltmanagementsystems (Emas) beziehungsweise eines Energieaudits gekoppelt. Mit der SpaEV werden die Anforderungen an die Effizienzsysteme selbst und das Nachweisverfahren geregelt. |



FOTO: GETTYIMAGES / MATTHIAS TUNGER

Corporate Social Responsibility kann im Kerngeschäft sowohl unternehmerischen als auch gesellschaftlichen Mehrwert generieren.

WERTSCHÖPFUNG

FREIWILLIGES STRATEGIEMODELL

In den Diskussionen um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen wird bisweilen ein wichtiger Aspekt vergessen: Unternehmen können mit ihrem gesellschaftlichen Engagement nur dann nachhaltig einen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen, wenn sie damit auch eigene Ziele verfolgen können.

Der klassische Nationalstaat gerät im 21. Jahrhundert zunehmend an seine Grenzen. Zum einen ist er in einer komplexen und transnationalen Welt immer seltener in der Lage, tragfähige Regelwerke im Umgang mit Unternehmen zu entwickeln und durchzusetzen. Denn der Staat ist in seiner Regelkompetenz geografisch begrenzt, während Unternehmen international mobil sind und somit gesetzliche Vorgaben gezielt umgehen können. Zum anderen sinkt aufgrund leerer Staatskassen die staatliche Fähigkeit, eine soziale Grundsicherung zu gewährleisten. Die demografische Alterung der Bevölkerung vergrößert in den kommenden Jahrzehnten diese Problematik.

Staatliches Handeln wird deshalb nicht überflüssig. Gerade im Hinblick auf die Gestaltung einer Rahmenordnung wird es weiterhin unerlässlich bleiben, aber eben nicht ausreichend. Deshalb ist ein Umdenken erforderlich. Dies ist verbunden mit der Einsicht, dass staatliche Regelfähigkeit nicht ausreicht, um den Herausforderungen des

21. Jahrhunderts – wie beispielsweise Klimawandel, Ressourcenknappheit, demografischer Wandel und Urbanisierung – zu begegnen. An dieser Einsicht mangelt es besonders in Deutschland, wo traditionell eine starke Staatszentrierung und die damit verbundene Vorstellung vorherrschen, gesellschaftliche Probleme könnten und sollten ausschließlich durch den Staat gelöst werden.

Dringend notwendig ist deshalb ein Diskurs darüber, wie die strikte Aufgabentrennung zwischen Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft überwunden und neue Kooperationsmodelle gefunden werden können. Dies darf jedoch nicht als Aufgabenverlagerung vom Staat auf Unternehmen in Form von höheren Steuern und Sozialabgaben verstanden werden – also einer gesetzlichen Verpflichtung zu mehr Corporate Social Responsibility (CSR). Gleichermaßen ist es unsinnig, umfassenderes freiwilliges Sozialengagement uneigennütziger Natur zu fordern, denn Unternehmen sind in einer Marktwirtschaft keine



Wohltätigkeitsvereine. Ihnen muss zugestanden werden, auch selbst von einer verstärkten Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung profitieren zu dürfen.

Dafür ist im deutschen Kontext ein Umdenken ebenfalls dringend erforderlich. Denn in der latent unternehmenskritischen Öffentlichkeit hierzulande wird freiwilliges Engagement nur allzu oft als unehrliche Selbstdarstellung abgetan – besonders dann, wenn es nach außen kommuniziert wird. Eine solche Vorverurteilung schafft allerdings keinen Anreiz für die unternehmerische Übernahme von mehr Verantwortung. Ebenso wäre es fatal, Engagement auf klassische Philanthropie, also zum Beispiel Spenden- und Stiftungstätigkeit, zu reduzieren. Obschon diese Aktivitäten wünschenswert sind, werden sie nicht ausreichen, um den genannten Herausforderungen zu begegnen. Unternehmen sind keine karitativen Einrichtungen und können deshalb nur in begrenztem Umfang spenden oder stiften.

Eine Lösung der gegenwärtigen und zukünftigen sozio-ökonomischen und ökologischen Probleme ist nur auf unternehmerischem Wege möglich. Unternehmen müssen den Lösungsansatz an sich zu einem Teil ihrer Wertschöpfungskette machen. Dem demografischen Wandel etwa kann durch neue Arbeitszeitmodelle unter Berücksichtigung der Stärken älterer Arbeitnehmer begegnet werden. Umweltprobleme lassen sich in erster Linie durch den Einsatz und vor allem die Entwicklung ressourcenschonender Technologien und Produkte lösen. Diese Beispiele zeigen, dass durch CSR im

Kerngeschäft sowohl ein unternehmerischer Mehrwert, beispielsweise durch Kosteneinsparungen und Produktinnovation, als auch ein gesellschaftlicher Mehrwert in Form einer Einbindung älterer Arbeitnehmer und einer sinkenden ökologischen Belastung erzielt werden kann. Solche Veränderungen und Innovationen lassen sich jedoch nur bedingt, wenn überhaupt, gesetzlich verordnen. Vielmehr erfordern sie eine strategische Integration in das Unternehmen. Und Strategie kann nur erfolgreich sein, wenn sie individuell gestaltet werden kann.

Die Übernahme von mehr gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen wird also nur gelingen, wenn ihnen die notwendige Freiheit eingeräumt wird, um dieser nachzukommen. CSR kann zwar durch gesetzliche Maßnahmen flankiert werden, besonders dann, wenn Unternehmen keine Eigeninitiative erkennen lassen. Einen nachhaltigen unternehmerischen und gesellschaftlichen Mehrwert kann sie aber nur als freiwilliges Strategiemodell leisten.



AUTOR
PROF. MATTHIAS
S. FIFKA
Professor, Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Unternehmensethik, Universität Erlangen-Nürnberg, matthias.fifka@fau.de

Orange ist das neue Gelb

CleverReach



E-Mail Marketing für Ihr Business.

Weltweit vertrauen heute bereits **über 70.000 Kunden** auf **CleverReach** – die E-Mail Marketing Lösung für Ihr Business!

Jetzt kostenlos testen:
www.cleverreach.de



Der Automobilhersteller Henry Ford gilt als ein Vorreiter in Sachen CSR.

FOTO: PICTURE-ALLIANCE / IKON IMAGES

GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

ERFOLG NEU DEFINIEREN

Für viele Unternehmer sind die Phänomene Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung nicht neu. Ein Beispiel hierfür ist der Automobilhersteller Henry Ford (1863–1947), der unternehmerische Verantwortung meisterhaft und intelligent umsetzte.

Aus scheinbar heiterem Himmel verdoppelte Automobilhersteller Henry Ford das Gehalt seiner Angestellten, die zuvor marktüblich, aber nicht eben üppig verdienten. Dann führte er einen Mindestlohn und eine Mitarbeiterbeteiligung für Arbeitnehmer ein, die mehr als sechs Monate im Unternehmen waren und eine vorbildliche Lebensführung nachweisen konnten. Letzteres ließ Ford übrigens gleich selbst nachprüfen und beschäftigte hierfür mehr als 50 Privatdetektive in seinem Social Department. Dieses Vorgehen stellte er schon kurz darauf wieder ein, weil er es für zu bevormundend hielt.

Es gab mindestens drei Gründe, warum Ford ohne gesetzliche Vorgaben das Einkommen und den Wohlstand seiner Mitarbeiter verbessern wollte: Erstens gehört es fest zur amerikanischen bürgerschaftlichen Tradition,

etwas vom eigenen Erfolg zurückzugeben. Wer das nicht tut, schadet seinem sozialen Image. Zweitens hatte sein Schachzug einen unternehmerischen Nutzen (Business Case): Er band auf diese Weise Arbeiter längerfristig an das Unternehmen, um dann die Herstellung durch moderne Fließbandproduktion revolutionieren zu können. Und drittens hatte Ford die Theorie, dass sich langfristig mit steigendem Einkommen mehr Leute das Massenprodukt Auto leisten können würden.

Die doppelte Motivation der unternehmerischen Verantwortung – durch soziale Anerkennung und ökonomischen Vorteil – wird in Deutschland wie in vielen anderen modernen Staaten durch weitreichende ökonomische, soziale und ökologische Gesetzgebung gestützt. Vieles von dem, was in Schwellenländern als außerordentliches Engagement des Unternehmers



Mein Zeitsparschwein!



Die E-POSTBUSINESS BOX erledigt Ihre
Geschäftspost – schneller und günstiger.

Sparen auch Sie sich das Ausdrucken, Kuvertieren und Frankieren – leicht installiert wird die E-POSTBUSINESS BOX zu Ihrer unverzichtbaren Sparbox, die Ihre Geschäftspost digital versendet und auch physisch zustellt.

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

Bei Interesse: www.direktmarketingcenter.de



gefeiert würde, ist hier seit Jahrzehnten gesetzliche Vorgabe und damit auch Kennzeichen eines hohen Wohlstands. In diesem Kontext stellt sich die Frage, welche Verantwortung also heutzutage noch zusätzlich zu den hohen Standards für Unternehmen hinzukommen soll, und was das Neue an dieser neuen Verantwortung ist. Darauf gibt es zwei Antworten:

Zum einen geht es um die Verantwortung, die durch Nebenwirkungen unternehmerischer Tätigkeit entstanden ist. Sie ist häufig nicht vertraglich zu regeln, ist also nicht justizierbar, aber dafür umso höher moralisch aufgeladen. Beispiele sind seit den Siebziger- und Achtzigerjahren die Automobilindustrie und der Umweltschutz, seit den späten Neunzigern die Textilindustrie und ihre Produktionsbedingungen, die Ernährungsindustrie und industrielle Fleischproduktion, seit der Jahrtausendwende die Energieindustrie und der Klimaschutz sowie seit der jüngsten Finanzkrise die Banken und viele ihrer Produkte. Die Chemieindustrie ist dabei die einzige Branche, die es weitgehend geschafft hat, sich vom Problemverursacher in den Siebzigern zum Anbieter für ökoeffiziente Lösungen zu entwickeln. In diesem ersten Verantwortungsbereich managen Unternehmen ihre Prozesse mit dem Ziel, kontinuierlich schädliche Nebenwirkungen zu reduzieren. Hier geht es damit letztlich um Fragen der Anpassung der Produkt- und Produktionsqualität.

In einem zweiten Verantwortungsbereich geht es um Herausforderungen, die nur unternehmerisch zu lösen sind: Die neuen großen Knappheiten im Bereich Energie, Fachkräfte, Wasser und Rohstoffe. Hier suchen Unternehmer nach Innovationen in einem globalisierten und zunehmend durch digitalisierte Märkte geprägten, äußerst dynamischen Umfeld. Zugleich versuchen sie, den paradoxen Bedürfnissen der Kunden (biologische, fair gehandelte T-Shirts für einen Euro bei steigendem eigenem Einkommen als Arbeitnehmer) gerecht zu werden. Hier braucht es Erfindergeist. Unternehmer finden diese Lösungen – in dem sie Kernkompetenzen des eigenen Unternehmens einsetzen oder vollkommen neue Ansätze wählen und Märkte neu erfinden. Nur ein Beispiel: Bis zum Jahr 2050 soll der CO₂-Ausstoß EU-weit um 80 Prozent verringert werden (Basisjahr 1990). Im Jahr 2030 – und das ist uns inzwischen näher als 1998 – sollen es bereits 40 Prozent weniger sein. Glaubt man den politischen und unternehmerischen Nachhaltigkeitszielen, dann scheint klar: Unternehmer werden hier eine gigantische Transformation der Wirtschaft in Gang setzen. Michael E. Porter, Harvard-Professor für Wirtschaftswissenschaften am Institute for Strategy and Competitiveness, nennt diese neue Aufgabe: Gemeinsamen Wert schaffen (Shared Value), er spricht in diesem Zusammenhang von einer „Neuerfindung des Kapitalismus“. Tatsächlich haben einige Unternehmer bereits mit dieser großen Transformation begonnen. Beide Verantwortungsaspekte – das Management von Anpassung und Transformation – werden Unternehmertum in den nächsten Jahrzehnten mehr denn je prägen.

Die sieben Erfolgsgeheimnisse erfolgreicher Unternehmer lassen sich schon bei Henry Ford, einem Meister der Verantwortung, erkennen. An seinem Beispiel wird im Folgenden der Zusammenhang zwischen Verantwortung und unternehmerischem Erfolg verdeutlicht.

Engagement nützt dem Unternehmen: Ein Unternehmer braucht neben wirtschaftlichem Erfolg auch soziale Anerkennung. Zwar führt Erfolg zunächst einmal zu Anerkennung, ohne Verantwortung für die Gesellschaft bleibt dieser Erfolg aber einsam. Kürzlich wurde nachgewiesen, dass sich gesellschaftliche Verantwortung in der Kunden-/Lieferantenbeziehung selbst in B2B-Märkten positiv auswirkt.

Knappheit macht erfinderisch: Knappheit ist eine große Chance für einen unternehmerischen Durchbruch in einem Markt, der sich in einem Umbruch befindet. Oder mit dem Dichter Hölderlin gesprochen: „Wo aber Gefahr ist, wächst das Rettende auch.“ Welche Einsparungen an Kraftstoff- und Energiekosten durch Optimierung des Reifens erreicht werden können, zeigt ein Unternehmen wie der Reifenhersteller Michelin, das heute nicht mehr Reifenlieferant, sondern Entwicklungspartner ist.

Verantwortung ist eine kluge Investition: Ford kannte den Unterschied zwischen Personalkosten und strategischen Investitionen in die Mitarbeiter. Er hatte klare Erwartungen und eine Vision für die Mitarbeiter. Gute Fachkräfte sollten lange bei Ford arbeiten und sich ein Auto leisten können. Seine ungewöhnliche Strategie erhöhte zunächst die Personalkosten, das aber vervielfachte die Produktivität und rechnete sich bereits nach kurzer Zeit.

Unternehmer denken über den Markt hinaus: Die Gesellschaft funktioniert nicht wie ein Unternehmen. Wer die Gesellschaft aber versteht, ist in der Lage, neue Märkte zu entwickeln. Ford baute Autos, statt schnellere Pferde zu züchten; Elon Musk baut Sportflitzer, nicht Straßenbahnen, um die Mobilität zu elektrifizieren.

Verantwortung hat Grenzen: Der Patriarch Ford wusste, dass Trunk- und Spielsucht weder gut für seine Mitarbeiter noch für sein Geschäft waren. Aber er hat gelernt, dass die Verantwortung für die eigene Lebensführung außerhalb der Firma doch jedem einzelnen Mitarbeiter selbst überlassen werden muss.

Verantwortung hat einen Fokus: Ford versuchte nicht alle gesellschaftlichen Probleme, die er wahrnahm, unternehmerisch zu lösen. Er konzentrierte sich auf diejenigen, die langfristig den Erfolg des Unternehmens bestimmen: Das Bedürfnis der Menschen nach Mobilität, das Gewinnen und Binden von Fachkräften sowie eine Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmenserfolg.

Verantwortung gehört zur strategischen Unternehmensführung: Gesellschaftliche Verantwortung ist Teil einer guten Unternehmensstrategie. Sie orientiert sich am Kunden, an den Mitarbeitern und an der Gesellschaft. Unternehmen, die länger bestehen als die heute durchschnittlichen 15 Jahre, haben von ihren Anfangsjahren an ihre gesellschaftliche Verantwortung strategisch verstanden.

Die gestiegenen, neuen Anforderungen an ein Unternehmen kristallisieren sich letztlich in seiner Verlässlichkeit gegenüber der Gesellschaft. Es ist zu erwarten, dass sich mehr Unternehmen mit der Frage auseinandersetzen, wie sie ihre gesellschaftliche Verantwortung in die Unternehmensstrategie integrieren. Mehr noch: Über kurz oder lang wird das Management der Verantwortung ebenso wie das Management der Qualität, von Risiken oder der Mitarbeiter für alle Unternehmen eine Frage der strategischen Unternehmensführung und damit eine Frage des Überlebens.



AUTOR
ARVED LÜTH
Inhaber,
:response,
Frankfurt
arved.lueth@
good-response.de



Speisen: aus den besten Zutaten.

Lohn: in den besten Händen.

Mit meinem Steuerberater.

In der Gastronomie ist funktionierende Teamarbeit alles. Genau wie bei der Lohnabrechnung. Mit Ihrem Steuerberater und DATEV-Software werden alle Lohn- und Gehaltsabrechnungen sicher und zuverlässig erledigt, auch bei gesetzlichen Änderungen. Lassen Sie Löhne und Gehälter vom Steuerberater abrechnen!

Informieren Sie sich bei der DATEV Niederlassung Frankfurt, auf www.datev.de/lohn oder unter 0800 328326.



Zukunft gestalten. Gemeinsam.

NACHHALTIG INVESTIEREN

Immer mehr Anleger verbinden ihr Renditestreben mit ethischen oder nachhaltigen Zielen. Spezialisierte Ratingagenturen sorgen für mehr Transparenz in diesem Anlagemarkt, indem sie die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen vergleichbar machen.

O bwohl das Thema nachhaltige Investments insbesondere nach der Finanzkrise an Bedeutung gewonnen hat, sind die Anfänge bereits im 19. Jahrhundert bei den Quäkern in England und Nordamerika zu finden. Diese vermieden bereits damals Investments in Sklavenhandel und „Sin Stocks“, sogenannte Sündenaktien wie Waffen, Alkohol, Tabak, Glücksspiel oder Pornografie. Heute vermeiden nicht nur kirchliche, sondern zunehmend auch andere institutionelle Investoren (wie Versicherungen, Pensionsfonds und Stiftungen) Engagements in Unternehmen, deren Geschäftsfelder oder -praktiken nicht ihren Wertvorstellungen entsprechen.

Auch Privatanleger haben die Möglichkeit, ihr Geld verantwortungsvoll anzulegen und so zumindest indirekt Einfluss auf die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen zu nehmen.

Allein in Deutschland, Österreich und der Schweiz gibt es nach Angaben des Sustainable-Business-Instituts fast 400 nachhaltige Publikumsfonds mit einem Fondsvolumen von etwa 40 Milliarden Euro. Solche Fonds verpflichten sich häufig, nur in Unternehmen mit einer guten Nachhaltigkeitsleistung zu investieren. Darüber hinaus werden oftmals zusätzlich ethisch kontroverse Geschäftsfelder oder -praktiken wie Rüstung, Kinder- oder Zwangsarbeit ausgeschlossen. Insgesamt ist der Markt für nachhaltige Geldanlagen in den drei Ländern mittlerweile auf 134,5 Milliarden Euro angewachsen – Tendenz steigend.

Das Thema nachhaltige Investments ist im Mainstream angekommen. Der weitverbreitete Irrglaube, die Nachhaltigkeitsleistung in Investitionsentscheidungen mitaufzunehmen führe vor allem zu einer geringeren Rendite, wurde längst widerlegt. Die Explosion der Ölplattform Deepwater Horizon im Jahr 2010, deren Folgekosten sich für BP bis heute auf über 43 Milliarden Dollar belaufen, zeigte Investoren schmerzhaft auf, dass man über den Tellerrand der Quartalszahlen schauen muss, um finanzielle und operative Unternehmensrisiken besser verstehen zu können. Bereits vor der Katastrophe hatten Nachhaltigkeitsratingagenturen auf Grund BPs wiederkehrender Umwelt- und Sicherheitsverletzungen auf schwerwiegende strukturelle Probleme bei dem Unternehmen geschlossen.

Auch große internationale Vermögensverwalter suchen daher verstärkt die Unterstützung von Nachhaltigkeitsratingagenturen – oft nicht aus ethischen Motiven, sondern um finanzielle Risiken zu minimieren oder auch Unternehmen zu identifizieren, die durch gezielte Nachhaltigkeitsstrategien den Unternehmenswert steigern. Nachhaltigkeitsratingagenturen sind darauf spezialisiert, die sogenannte ESG-Performance von Unternehmen zu analysieren. ESG ist die Abkürzung für die englischen Begriffe Environmental, Social und Governance (übersetzt Umwelt, Soziales und Unternehmensführung).

Anhand dieser drei Kriterien machen Ratingagenturen die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen mess- und vergleichbar. Was als nachhaltig erachtet wird, ist oftmals auch abhängig von der Branche. In der Tex-



Derzeit ist der nachhaltige Anlagemarkt in Deutschland noch ein Nischensegment.

FOTO: MAURITIUS IMAGES / IKON IMAGES



tilbranche werden zum Beispiel besonders Nachhaltigkeitsrisiken in der Lieferkette berücksichtigt, die jüngst durch über tausend Todesopfer bei einem Fabrikeinsturz in Bangladesch erschreckend zum Ausdruck kamen. Im Bankenwesen wird dagegen besonders viel Wert auf transparente Kundenberatung gelegt, denn die Finanzkrise hat die großen Risiken undurchsichtiger und komplexer Finanzprodukte vor Augen geführt. Wie gut Unternehmen hinsichtlich solcher Faktoren abschneiden, wird anhand von internen Richtlinien, Managementsystemen und quantifizierbaren Werten gemessen.

Die Vermeidung von Korruption und Bestechung spielt branchenübergreifend eine wichtige Rolle. Nicht zuletzt der Fall Siemens verdeutlicht, dass Verstöße in diesem Bereich schwerwiegende Konsequenzen haben und einem Unternehmen noch Jahre danach anhaften. Um solche Vorfälle zu verhindern, benötigt ein Unternehmen daher zuallererst klar kommunizierte Richtlinien, die den Standpunkt des Unternehmens darlegen. Wichtig sind aber auch Maßnahmen, die Mitarbeiter darin bestärken, sich an ein solches Regelwerk zu halten. Nachhaltigkeitsratingagenturen überprüfen beispielsweise, ob Whistleblower Hotlines vorhanden sind. Sie ermöglichen es Mitarbeitern, Rechtsverstöße vertraulich und anonym zu melden. Im Idealfall sollte ein Unternehmen auch über die Anzahl und Hintergründe der gemeldeten Fälle berichten. Dies sind vorbildliche Praktiken, auf deren Einhaltung auch Siemens heute großen Wert legt.

Um zu überprüfen, ob solche Präventionsmaßnahmen wirklich effektiv sind, müssen Ratingagenturen jedoch noch einen Schritt weiter gehen: Da die alleinige Berücksichtigung der Unternehmensberichterstattung zu einer einseitigen Darstellung führt, werden ESG-Analysen regelmäßig durch Medienscreenings ergänzt. Diese ermöglichen es, kontroverses Unternehmensverhalten zu erfassen und die gemessene Nachhaltigkeitsleistung – je nach Schweregrad des Vorfalles – nach unten zu korrigieren. Zu diesem Zweck werden oft Tausende nationale und internationale Nachrichtenquellen auf negative Berichterstattung überprüft. Besonders schwerwiegende Vorfälle werden von den Kunden der Ratingagenturen in vielen Fällen zum Anlass genommen, das betroffene Unternehmen aus dem Investmentportfolio auszuschließen. Anstatt zu desinvestieren, entscheiden sich Investoren immer häufiger allerdings dazu, mit kontroversen Unternehmen in den Dialog zu treten, um eine Verhaltensänderung herbeizuführen.

Unabhängig von der gewählten Strategie wächst das Interesse institutioneller und privater Anleger, Nachhaltigkeitsaspekte in Investitionsentscheidungen einzubinden. Allerdings ist der nachhaltige Anlagemarkt besonders in Deutschland derzeit ein Nischensegment: Der Anteil nachhaltiger Geldanlagen am Gesamtmarkt liegt hier nach Angaben des Forums für nachhaltige Geldanlagen lediglich im Ein-Prozent-Bereich. Änderungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen, wie in den Niederlanden oder Frankreich, sind dringend nötig, um Impulse im Markt zu setzen. |



AUTORIN
ALESSA HOLLING
Responsible
Investment Advisor,
Sustainalytics,
Frankfurt
frankfurt@sustain-
alytics.com

Erwecken Sie AUFMERKSAMKEIT



mit einer Anzeige
im VerlagsFocus des
IHK WirtschaftsForum

Die Topthemen im Dezember 2014

- Sicherheit im Betrieb,
Arbeitsschutz,
Gesundheitsmanagement
- Spezialisten der Region

Fordern Sie gleich die Mediadaten an:

Ihr Ansprechpartner: Anette Kostrzewa

Telefon: 069 / 420903-75 · verlag@zarbock.de · www.zarbock.de

Druck- und Verlagshaus
Zarbock GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6
60386 Frankfurt am Main





FOTO: GETTYIMAGES / ERIC AUDRAS

CSR REGIO.NET

GELEBTE ÜBERZEUGUNG

Das Projekt CSR Regio.Net ist auf kleinere und mittlere Unternehmen zugeschnitten. Denn im Vergleich zu Global Playern ist gesellschaftliches Engagement in KMUs meist wenig strukturiert und wird zu selten kommuniziert.

Verantwortliche Unternehmensführung ist im Mittelstand gelebte Überzeugung. Viele Unternehmen engagieren sich für eine zukunftsfähige Gesellschaft: im betrieblichen Umweltschutz, in der Aus- und Fortbildung ihrer Beschäftigten, in lokalen Initiativen oder durch verantwortliche Produktinnovationen. In Großkonzernen sind mitunter ganze Abteilungen mit CSR-Themen betraut, in kleinen und mittleren Unternehmen läuft das Engagement dagegen meist intuitiv und nebenbei. Vielen fehlt die Zeit, sich systematisch mit CSR zu beschäftigen, Fachliteratur zu wälzen oder Fortbildungen zu besuchen.

Hier setzt das Projekt CSR Regio.Net des gemeinnützigen Vereins UPJ an, das im Rahmen des Aktionsprogramms Corporate Social Responsibility der Bundesregierung gefördert wurde. CSR Regio.Net ist speziell auf die Bedürfnisse mittelständischer Unternehmen ausgerichtet. Es verfolgt einen regionalen Ansatz – nicht nur, um lange Fahrzeiten zu vermeiden, sondern insbesondere, um der regionalen Verankerung vieler mittelständischer Unternehmen Rechnung zu tragen.

An acht Standorten in Deutschland wurden gemeinsam mit Partnern vor Ort CSR-Netzwerke aufgebaut, fast immer auch mit

FedEx[®]
Express

EUROPA DIREKT UM DIE ECKE

Von Deutschland nach Großbritannien. Unser Netzwerk in über 220 Ländern und Regionen verbindet Sie mit Europa und dem Rest der Welt. Besuchen Sie uns auf fedex.com/de/connect

FedEx. Solutions powered by people.





LINKS ZUM THEMA UND KONTAKT

UPJ ist das Netzwerk engagierter Unternehmen und gemeinnütziger Mittlerorganisationen in Deutschland mit Büros in Berlin und Frankfurt. Der gemeinnützige Verein unterstützt Unternehmen durch Information, Vernetzung, Projekte und Beratung dabei, CSR in den Handlungsfeldern Markt, Umwelt, Arbeitsplatz und Gemeinwesen gewinnbringend für das Unternehmen und die Gesellschaft umzusetzen.

- Portal für Corporate Citizenship und CSR: www.upj.de
- Informationen zu CSR Regio.Net, verantwortliche Unternehmensführung im Mittelstand: www.csrregio.net
- Analyse- und Benchmarking-Werkzeug zu CSR für mittelständische Unternehmen: www.csr-checkup.de
- verantwortliche Unternehmensführung regional voranbringen: www.upj.de/csrtransfer

Kontakt: UPJ-Büro Frankfurt, Heinrich-Hoffmann-Straße 3, 60528 Frankfurt, Telefon 0 69 / 67 83 09 39, E-Mail info@upj.de

der Unterstützung der örtlichen Industrie- und Handelskammern. In Netzwerk-Workshops erarbeiten sich die teilnehmenden Unternehmen die Grundlagen von Corporate Social Responsibility. Sie beschränken sich dabei nicht auf einzelne Themen wie Spenden oder Sponsoring, sondern widmen sich den vier zentralen CSR-Handlungsfeldern: Umwelt, Arbeitsplatz, Gemeinwesen und Markt.

Neben der fachlichen Qualifizierung steht der vertrauensvolle Erfahrungsaustausch mit Kollegen aus den anderen Unternehmen im Mittelpunkt. Ein Teil der Unternehmen wird zusätzlich auch individuell beraten. An drei Terminen vor Ort im Unternehmen unterstützen Experten von UPJ und lokale Partner die Teilnehmer dabei, das erworbene Wissen im eigenen Unternehmen umzusetzen. Die erste Runde von CSR Regio.Net ging im Sommer mit der Auszeichnung von rund 75 Unternehmen zu Ende. Planungen für Folgeprojekte an verschiedenen Standorten laufen bereits. Auch die meisten Netzwerke der ersten Runde bleiben auf Wunsch der Teilnehmer bestehen.

Die Erfahrungen aus dem Projekt sind so vielfältig wie die teilnehmenden Unternehmen. Einige zentrale Erkenntnisse lassen sich jedoch auch gut übertragen: Die Umsetzung von CSR funktioniert besonders gut in Unternehmen, in denen die Geschäftsführung das Thema grundsätzlich unterstützt und engagierte Mitarbeiter für die Umsetzung gewonnen werden können. CSR strukturell und personell im Unternehmen zu verankern, ist eine wichtige Voraussetzung für den langfristigen Erfolg. Auch das Gespräch und die Zusammenarbeit mit externen Anspruchsgruppen (wie Kunden, Mitbewerbern oder CSR-Netzwerken) können hilfreich sein, denn CSR lässt sich nicht im Alleingang realisieren. Weiterhin sollte immer wieder geprüft werden, welchen Nutzen die CSR-Maßnahmen dem Unternehmen bieten. So

kann sichergestellt werden, dass Unternehmen Kosten senken, die Produktivität erhöhen, den Absatz steigern und so mit CSR gewinnen.

Die wichtigste Erfahrung ist jedoch, dass CSR die beste Wirkung entfalten kann, wenn es ernsthaft und professionell angegangen wird. Dazu gehört auch, sich zunächst einen Überblick über bestehende Aktivitäten zu verschaffen, sich konkrete Ziele zu setzen, Maßnahmen zu definieren und einen Bezug zur Unternehmensstrategie herzustellen. Bei CSR Regio.Net geschieht dies über individuelle Beratungen mit CSR-Experten und den CSR Check-up, ein Analyse- und Benchmarking-Werkzeug für mittelständische Unternehmen. Es ermöglicht eine Bestandsaufnahme der CSR-Aktivitäten in den einzelnen Handlungsfeldern und zeigt darüber hinaus Stärken und Schwächen auf. Zusätzlich bietet das Tool einen robusten Vergleich (anonymes Benchmark) zu Unternehmen ähnlicher Größe und Kundenstruktur.

Als Herausforderung erweist sich für viele Unternehmen die Kommunikation ihrer CSR-Aktivitäten. Der schmale Grat zwischen Prahlerie und Glaubwürdigkeit hält viele Unternehmensvertreter davon ab, ihr Engagement öffentlich zu machen. Dabei hängt es nur von der richtigen Strategie ab, CSR glaubwürdig und nutzbringend zu kommunizieren und damit das Vertrauen von Kunden, Beschäftigten oder der Öffentlichkeit zu stärken oder zu gewinnen. Diese und weitere Erkenntnisse aus der Arbeit mit mittelständischen Unternehmen hat UPJ im Leitfaden „Verantwortliche Unternehmensführung – Corporate Social Responsibility (CSR) im Mittelstand“ zusammengefasst. Er bietet einen übersichtlichen Einstieg in die Thematik und regt mit zahlreichen Beispielen zum Nachmachen an.

Das Beispiel CSR Regio.Net zeigt, dass verantwortliche Unternehmensführung im Mittelstand am besten vor Ort vorangebracht werden kann. Dafür braucht es passende Instrumente und regionale Multiplikatoren, die Betriebe in ihrer Region bei der Umsetzung von CSR unterstützen. Das UPJ-Projekt CSR.Transfer identifiziert solche bereits erprobten und übertragbaren Instrumente, bereitet sie auf und stellt sie interessierten Akteuren zur Verfügung. Dies können Kammern, kommunale Stellen, Wirtschaftsförderungen und -netzwerke, aber auch zivilgesellschaftliche Organisationen wie Bürgerstiftungen oder Freiwilligenagenturen sein.



AUTORIN
CHRISTEL NELIUS
Projektmanagerin,
UPJ – Netzwerk
für Corporate
Citizenship und
CSR, Berlin
christel.nelius@upj.de



HEUTE SCHON GEAPPT?

Laden Sie sich das IHK WirtschaftsForum als kostenlose App auf Ihr Tablet.

WWW.FRANKFURT-MAIN.IHK.DE/WIFO-APP 



DEUTSCHLAND
MADE
BY
MITTELSTAND.

DANKE

FÜR DAS GEFÜHL, ZUHAUSE ZU SEIN.

DANKE, HERR WERNER, DASS WIR SIE MIT UNSEREM ALLFINANZANGEBOT UNTERSTÜTZEN DÜRFEN.

An dieser Stelle sagen wir „Danke“, Herr Werner. Danke für Ihr Vertrauen und danke, dass Sie die Familientradition des Hotel Scirocco fortführen und damit Verantwortung für unsere Region und für die Menschen, die hier leben, übernehmen. Wir haben Sie gerne bei der Regelung der Nachfolge unterstützt. Wir wissen Ihren Mut und Ihr Engagement zu schätzen. Möchten Sie noch mehr Erfolgsgeschichten erfahren? deutschland-made-by-mittelstand.de



Genossenschaftliche FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken



Volksbanken
Raiffeisenbanken
in Hessen



FOTO: BMAS / MAELSA



Verleihung des CSR-Preises der Bundesregierung am 17. September in Berlin (v. l.): Katja Hillenbrand, Micas, Hans-Otto Schrader, Otto Group, Horst Sundermann, Klaus Günther, Angelika Lütke Lengerich, Bischof und Klein, Andrea Nahles, Bundesarbeitsministerin, Ulrich Walter, Lebensbaum, Gudrun Leibbrand und Wikhart Teuffel, Speick Naturkosmetik.

CSR-PREIS DER BUNDESREGIERUNG

ERFOLGSFAKTOR VERANTWORTUNG

Die Bundesregierung zeichnet jährlich vorbildliche Unternehmen mit dem CSR-Preis aus, die sich auf den Weg gemacht haben, ihre gesamte Geschäftstätigkeit sozial, ökologisch und ökonomisch verträglich zu gestalten.

Gemessen an der Fülle der Veranstaltungen zum Thema „Unternehmerische Verantwortung“ in den vergangenen Wochen, kann mit gutem Recht behauptet werden, dass das Thema an Fahrt aufnimmt. Die verwendeten Begrifflichkeiten in Vorträgen und Presse sind ebenso facettenreich wie vielfältig. So fallen in diesem Zusammenhang Begriffe wie „Corporate Social Responsibility“, „Social Innovation“, „Gesellschaftliche oder unternehmerische Verantwortung“. Doch eines eint die Bezeichnungen alle, nämlich unter anderem Fairness, Freiwilligkeit und der verantwortungsvolle Umgang mit der Gesellschaft und Umwelt. Der Bedarf und das Interesse von Unternehmen sind vorhanden, und die Wichtigkeit der Auseinandersetzung mit verantwortungsvollem Handeln steht mehr und mehr im Fokus.

Um die Bedeutung und die Dynamik des Themas sowie das Engagement der Unternehmen zu unterstreichen und zu würdigen, wurde am 17. September der CSR-Preis der Bundesregierung in Berlin verliehen. In Anwesenheit der Bundesarbeitsministerin, Andrea Nahles, wurden fünf Unternehmen unterschiedlicher Größe ausgezeichnet. Der junge Preis, der zum zweiten Mal verliehen wurde, ehrt das beständige Engagement von Unternehmen, die verantwortungsvolles Handeln bewusst in die Gesamtstrategie verankert haben. Der Jury gehören

Mitglieder des nationalen CSR-Forums an, das die Bundesregierung zu CSR-Themen berät.

Die Unternehmen hatten zunächst in einer Managementbefragung Angaben zu den fünf Handlungsfeldern „Unternehmensführung“, „Markt“, „Arbeitsplatz“, „Umwelt“ und „Gemeinwesen“ gemacht. Diese Selbsteinschätzungen der Unternehmen wurden in ausführlichen Befragungen von Stakeholdern wie Betriebsräten, Nichtregierungsorganisationen, wissenschaftlichen Institutionen, Lieferanten, Kunden sowie Branchenverbänden gespiegelt.

Mit der Auszeichnung guter Unternehmenspraxis sollen weitere Unternehmen zur Nachahmung motiviert und ein breiter Diskurs über die Wirkung unternehmerischer Verantwortung angestoßen werden. Die Bewerbung für diesen Preis bringt Unternehmer dazu, ihr Kerngeschäft zu analysieren und sich ihrer Verantwortung bewusst zu werden. Diese Auseinandersetzung hilft den Unternehmen, die eigene Strategie klarer zu formulieren sowie Ziele und Maßnahmen zu hinterfragen. |

[LINK ZUM THEMA](#)

Weitere Infos online unter www.csr-preis-bund.de.



AUTORIN
EVA MARIEL
BERGAUER
Stellvertretende
Leiterin, Unternehmense-
mentwicklung,
IHK Frankfurt
e.bergauer@
frankfurt-main.
ihk.de



Wie machen Sie Ihrem Lohnsteuer-Außenprüfer eine Freude?



Erscheint am
8. Januar 2015!

Lexikon Lohnbüro 2015: Damit werden Betriebe geprüft!

**Was ist lohnsteuerpflichtig?
Was ist sozialversicherungspflichtig?**

Der Klassiker in der bereits 57. Auflage gibt zu mehr als 1.000 Stichwörtern zweifelsfrei Antwort. Deshalb dient er auch den Lohnsteuer-Außenprüfern der Finanzämter als Grundlage für Entscheidungen und Berichte.

Inklusive Online-Zugang:

- laufend aktualisiertes Lexikon Lohnbüro plus monatlicher E-Mail-Service, der über Änderungen informiert
- Steuerhandbuch
- Urteile
- Besprechungsergebnisse der Spitzenverbände
- Brutto-/Netto-Gehaltsrechner

Schönfeld/Plenker
Lexikon für das Lohnbüro 2015
Arbeitslohn, Lohnsteuer
und Sozialversicherung von A–Z
57. Auflage 2015, ca. 1.150 Seiten
Softcover inkl. Online-Zugang
mit monatlichem
Aktualisierungsservice
ISBN 978-3-8073-0819-7
ca. € 74,99

Jetzt online versandkostenfrei bestellen: www.rehmnetz.de/lohnbuero-2015

oder Bestellcoupon per Fax an 089 2183-7620 senden:

Einrichtung/Firma	Kundennummer (falls zur Hand)
Besteller/in Vorname/Name	Funktion
Straße/Hausnummer	PLZ/Ort
Telefon (freiwillig)*	Telefax (freiwillig)*
E-Mail (freiwillig)*	
Ort/Datum	Unterschrift

Einverständniserklärung zur Datenverarbeitung und -nutzung

Ja, ich bin damit einverstanden, dass mich die Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH über eigene Produkte und Dienstleistungen (gedruckte und elektronische Medien) über den Postweg hinaus informiert, die von mir hier gemachten freiwilligen Angaben dürfen zu diesem Zweck gespeichert, verarbeitet und genutzt werden. Der Verwendung meiner Daten kann ich jederzeit z.B. per Post an die Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH, Hultschiner Str. 8, 80289 München oder per E-Mail an kundenbetreuung@hjr-verlag.de oder telefonisch unter Tel. 089 2183-7928 widersprechen.

::rehm



Ob Weihnachtssterne basteln mit Senioren, Kitas renovieren oder Jugendliche beim Bewerbungstraining coachen: Die Projekte von Social Days sind zunehmend breit gefächert.

SOCIAL DAYS

GEMEINSAM FÜR EINE GUTE SACHE

Raus aus dem Büroalltag und mit alten Menschen Weihnachtssterne basteln oder Jugendliche auf ihr erstes Vorstellungsgespräch vorbereiten: Social Days bieten die Chance, über den beruflichen Tellerrand hinauszuschauen.

Soziales Engagement ist das Kapital der Gesellschaft – in Form der intensiven und vertrauensvollen Kooperation von Unternehmen mit gemeinnützigen Organisationen, Verbänden, Kommunen und der Landwirtschaft. Denn die zur Verfügung stehenden öffentlichen Etats reichen längst nicht mehr aus, damit Kommunen die Aufgaben zur Erhaltung der Lebensqualität alleine bewältigen können. An dieser Stelle wird es immer wichtiger, dass sich Unternehmen mit ihren Kernkompetenzen in ihrer Kommune und Region für gemeinnützige Projekte engagieren – nicht zuletzt, damit Versorgungslücken im sozialen, kulturellen oder ökologischen Bereich geschlossen werden.

Es gibt auf der einen Seite öffentliche Einrichtungen und gemeinnützige Organisationen, die Bedarfe haben, die nicht mit den vorhandenen

finanziellen Mitteln oder personellen Ressourcen gestemmt werden können. Auf der anderen Seite gibt es eine Vielzahl von Unternehmen, die eine Bereitschaft und das Bewusstsein entwickelt haben, sich personell oder mit eigenen Produkten und Dienstleistungen ganz uneigennützig für das Allgemeinwohl zu engagieren: die Geburtsstunde der Social Days. Soziale Tage, an denen sich Mitarbeiter aus Unternehmen für gemeinnützige Projekte engagieren.

Social Days gewinnen immer mehr an Bedeutung. Waren es vor zehn Jahren einzelne Social Days, meist von großen Konzernen oder Wohlfahrtsverbänden organisiert, werden die Anzahl der Organisatoren und Einsätze immer mehr. Es müssen nicht immer 100 Mann an einem Tag ausrücken. Gerade der Mittelstand hat inzwischen diese



wunderbare Form des Engagements für sich entdeckt. Ein Social Day lässt sich hervorragend auch schon ab einer Gruppe von fünf Mitarbeitern gestalten. Neben den klassischen Kindergartenprojekten finden zunehmend auch Social Days in Form von Bildungsmaßnahmen statt. So können beispielsweise Personaldienstleister im Rahmen eines solchen Aktionstags Jugendliche auf ihr erstes Bewerbungsgespräch vorbereiten.

Inzwischen sind die Zielgruppen und Projekte bei Social Days zunehmend breiter gefächert. Kitas renovieren, Barfußwege anlegen, Grünanlagen säubern, Ausflüge mit Behindertenwerkstätten initiieren, Seniorenheim-Nachmittage gestalten und Coaching für Jugendliche, die einen Job suchen, sind nur einige Beispiele der neuen Social-Day-Generation. Auch Projekte in der Landwirtschaft, in denen sich Büromenschen einen Tag – zum Beispiel als Erntehelfer – engagieren, bringen neue Erfahrungen und sind dadurch meist eine große Bereicherung für alle Teilnehmer. Einmal weg vom Schreibtisch und etwas ganz anderes machen, den Kopf frei bekommen, sind oft genannte Feedbacks von helfenden Mitarbeitern.

Hat sich das Unternehmen entschlossen, einen Social Day zu initiieren, so ist es wichtig, sich zunächst mit den eigenen Kernkompetenzen auseinanderzusetzen. Hilfe leisten ja, aber bitte da, wo man es auch ernsthaft kann, wo man die nötige Expertise vorweisen kann, und zur Unternehmensphilosophie sollte das Projekt auch passen. So könnte ein Landschaftsbauer mit seinen Mitarbeitern das Gartenhaus einer Kindertagesstätte renovieren, ein Bäcker mit seinen Azubis Kinder aus einem Kinderheim zum Plätzchenbacken einladen. Der Kreativität eines Social Days sind keine Grenzen gesetzt. Wichtig ist nur, die eigenen Fähigkeiten sinnvoll einzusetzen.

Ein neuer Trend sind Social Days, die von mehreren Firmen gemeinsam gestaltet werden. Gerade im Zuge von großen Projekten, bei denen gleichzeitig an mehreren Baustellen gearbeitet werden muss, sind mannigfaltige Kompetenzen vieler Unternehmen gefragt. Einsatzfahrzeuge, Transportmöglichkeiten, Materialien und letztendlich

helfende Hände für Baumaßnahmen, vielleicht auch Bauleiter oder Architekten, sind nur einige Beispiele gefragter Einsatzmöglichkeiten.

Vor allem aber die Erfahrungen, die Mitarbeiter während des Social Days machen, sind von großem Wert. Die Arbeit in neuer Umgebung, vielleicht den ganzen Tag im Feld an der frischen Luft, oder die Erfahrung im Umgang mit Menschen mit Behinderung, die Betreuung einer 20köpfigen Kindergruppe oder der Umgang mit einer Stichsäge können Einblicke in völlig neue Themenfelder schaffen – am Ende des Tages auch ein Team zusammenschweißen. So passiert es nicht selten, dass nach einem Social Day plötzlich abteilungsübergreifend kommuniziert wird, wo vorher nur unpersönlicher Mailkontakt bestand.

Vom Chef bis zum Sachbearbeiter, alle arbeiten gemeinsam für die gute Sache, gemeinsam an einem Projekt – und das Schönste daran ist: Es ist am gleichen Tag beendet. Denn wer kennt das nicht: Projekte, die eine Laufzeit von über einem Jahr aufweisen und deren Ende erst gar nicht abzusehen ist. Wie schön ist es da – und vor allem welche Erfüllung bringt es dann –, wenn man am Ende des Tages sagen kann: „Mein Projekt ist für heute beendet und das auch noch mit Erfolg.“ Eines ist sicher: Bei einem Social Day werden immer Mehrwerte geschaffen, Dinge in Gang gesetzt, optimiert und ausgebaut und so manches nicht zu finanzierende Projekt realisiert.



AUTORIN
GABI SCHURKUS
Geschäftsführerin,
Rhein Main Engagiert,
Karben
schurkus@rhein-main-engagiert.de

WWW.FRANKFURT-MAIN.IHK.DE/WIFO-APP



AB SOFORT IMMER DABEI

Sie wollen unterwegs die neueste Ausgabe des IHK WirtschaftsForums lesen? Dann laden Sie sich die App im App Store oder bei Google Play kostenfrei auf Ihr Tablet.



NEU
JETZT AUCH
DIGITAL

Foto: Gettyimages / Hiroshi Watanabe



Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main



Mit der Ecostyle hat die Messe Frankfurt im vergangenen Jahr eine neue Fachmesse zum Thema Nachhaltigkeit ins Leben gerufen.

FOTO: MESSE FRANKFURT EXHIBITION / SANDRA GÄTKE

MESSE FRANKFURT

NACHHALTIG AUS ÜBERZEUGUNG

Nachhaltiges Handeln und Wirtschaften haben bei der Messe Frankfurt einen hohen Stellenwert. Das CSR-Engagement des Global Players ist breit aufgestellt und setzt sich aus einer Vielzahl von Einzelmaßnahmen zusammen.

Die Messe Frankfurt ist sich ihrer Verantwortung in Stadt und Region bewusst und nimmt diese aus Überzeugung wahr. Sie hat sich stets ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gestellt und sich zum Prinzip nachhaltigen Handelns bekannt. So entstand auch die enge Verbindung mit der Stadt Frankfurt und dem Bundesland Hessen, die heute Eigentümer des Unternehmens sind. Diesem Verständnis entsprechend hat die Messe Frankfurt einen ganzheitlichen Ansatz für ihr CSR-Engagement gewählt. Neben ökonomischen sind ökologische und soziale Aspekte feste Elemente der strategischen Ausrichtung. Eine inhaltliche Grundlage bilden dabei die Prinzipien des UN Global Compacts, dem das Unternehmen seit 2010 als erste deutsche Messengesellschaft angehört. Der Global Compact ist eine werteorientierte Plattform für Unternehmen und Organisationen, die sich zu nachhaltigem sozialen und ökologischen Handeln bekennen und es fördern. Dieses weltweite CSR-Netzwerk der Vereinten Nationen mit über 5 000 Mitgliedern hat

sich verpflichtet, die zehn Prinzipien aus den vier Handlungsfeldern Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung anzuerkennen, zu unterstützen und umzusetzen.

Seit 2007 stiftet das Unternehmen einen Lehrstuhl für internationale Wirtschaftspolitik an der Goethe-Universität Frankfurt. Damit reiht es sich nicht nur in die Tradition Frankfurter Unternehmen ein, die der Universität seit ihrer Gründung verbunden sind, sondern drückt so auch die Verankerung am Heimatstandort Frankfurt aus. Außerdem engagiert sich die Messe Frankfurt mit der Vergabe von Preisen für herausragende Leistungen in Musik, Architektur und Design. Beim Corporate Sponsoring werden Initiativen ausgewählt, die Geschäftsfelder und das Veranstaltungsportfolio der Messe Frankfurt repräsentieren.

Stetige Inspiration und Innovation haben es dem Unternehmen ermöglicht, über die Jahrhunderte hinweg erfolgreiche Handelsplätze zu betreiben. Heute ist die Messe Frankfurt ein global führendes Unter-



nehmen mit einem der größten Messegelände der Welt und unternimmt vieles, um so ressourcenschonend wie möglich zu wirtschaften.

Der Messeplatz Frankfurt überzeugt durch seine zentrale Lage in Europa und seine guten Anbindungen an alle wichtigen Verkehrswege. Durch die S-Bahn-Station direkt auf dem Frankfurter Messegelände sowie den U-Bahn-Anschluss am Eingang City verfügt die Messe Frankfurt auch beim Personenverkehr über ein umweltschonendes und den Individualverkehr entlastendes Verkehrssystem. Aussteller und Besucher können mit einem Kombiticket kostenfrei den öffentlichen Nahverkehr nutzen. Und das Cargo Center bündelt die Logistikleistungen auf dem Gelände, was zu einer deutlichen Verminderung des Verkehrs auf dem Messegelände und im Geländeumfeld führt.

Der schonende Umgang mit Ressourcen ist ein wesentlicher Grundsatz der Messe Frankfurt, wobei ökologische und ökonomische Potenziale besonders im Bereich der Energie liegen. Das gesamte Messegelände wird mit umweltschonender Fernwärme versorgt. Eine zentrale Leittechnik sichert einen bedarfsorientierten Energieverbrauch und damit eine optimale Nutzung. Mit innovativen Maßnahmen zum nachhaltigen Betrieb identifizieren die Fachabteilungen weitere Energiesparpotenziale. Auf dem Dach der Messehalle 10 und dem des Rebstockparkhauses ernten zwei Fotovoltaikanlagen als Bürgerkraftwerke Sonnenenergie. Die Messe Frankfurt verringert zusätzlich seit Jahren durch modernste Systeme ihren Trinkwasser- und Stromverbrauch.

Im Rahmen eines nachhaltigen Veranstaltungsmanagements hat die Abfallvermeidung beziehungsweise -verminderung hohe Priorität. Das Thema umweltverträgliches Wirtschaften wird auch in die gastronomischen Bereiche getragen, beispielsweise durch den Verzicht auf Einwegverpackungen und den Einkauf von Lebensmitteln aus der Region. Im Recycling von Wertstoffen erreicht die Messe Frankfurt Spitzenwerte in der Branche. Bis zu 90 Prozent der jährlich am Messeplatz anfallenden Abfälle werden in den Materialkreislauf zurückgeführt.

Neben der Frage nach anspruchsvoller Architektur und funktionaler Qualität stellt sich für die Messe Frankfurt beim Bau neuer Gebäude auch die Frage nach dem ökologischen Fußabdruck, der damit erzeugt wird. Das im Mai eröffnete neue Kongresshaus der Messe Frankfurt, Kap Europa, ist das erste Kongressgebäude weltweit, das nach den Standards der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) mit Gold zertifiziert wurde. Das hat etwas mehr gekostet als eine herkömmliche Realisierung, aber es spart im Betrieb Jahr für Jahr Geld und schont die Umwelt.

Jedoch können nicht alle Faktoren beeinflusst werden. Als Dienstleister der Aussteller und Besucher will die Messe Frankfurt deren Ansprüchen auch Rechnung tragen. Im Gegensatz zu früheren Jahren verlangen die ausstellenden Unternehmen zunehmend nach nach-

haltigen Produkten. Das zeigt sich beispielsweise bei nachhaltigen Standbausystemen, bei denen unter anderem FSC-zertifiziertes Holz und energiesparende LED-Lampen verwendet werden. Das zeigt sich auch im Bewusstsein für nachhaltige Energieversorgung. So ist beispielsweise die Nachfrage nach Ökostrom auf der ISH, der Imex und der Buchmesse sehr hoch.

Die Messe Frankfurt bietet für ihre Aussteller und damit auch für ihre Fach- und Einzelhändler geeignete Plattformen, nicht nur auf ihren etablierten Leitmessex innerhalb der Geschäftsfelder Technology and Production, Consumer Goods and Leisure, Textiles and Textile Technologies, Mobility and Infrastructure sowie Entertainment, Media and Creation, sondern auch mit speziell ausgerichteten Fachmessex. Im Bereich nachhaltige Mode sind seit 2012 die Ethical Fashion Show und der Green Showroom im Rahmen der Berlin Fashion Week solche Plattformen. Hier präsentieren sich halbjährlich junge Labels, die umweltfreundlich und nach sozialen Standards produzieren. Im August 2013 hat die Messe Frankfurt mit der Ecostyle eine weitere Fachmesse zum Thema Nachhaltigkeit ins Leben gerufen, schwerpunktmäßig mit Konsumgütern aus den Bereichen Wohnen, Haushalt, Freizeit und Accessoires.

Nachhaltigkeit ist heute nicht nur ein wirtschaftlich relevantes Attribut, sondern entwickelt sich auch für die Messe zunehmend zum Standortvorteil. Für viele der Veranstaltungen ist es essenziell, dass Nachhaltigkeitsaspekte bei der Infrastruktur und bei den Services berücksichtigt werden. Nachhaltige Veranstaltungsplanung ist ein Schwerpunkt der Kongress- und Tagungsbranche. Hier hat der Branchenprimus Imex, seit zwölf Jahren einer der renommiertesten Gastveranstaltungen der Messe Frankfurt, eine Vorreiterrolle und dokumentiert das seit Jahren durch sein starkes Engagement für die Branche.

Das CSR-Engagement der Messe Frankfurt umfasst heute ein breites Themenspektrum, das sich aus einer Vielzahl von Maßnahmen in unterschiedlichen Bereichen zusammensetzt und stetig weiterentwickelt wird. Damit wird sie immer wieder aufs Neue ihrer Rolle als eine der führenden Messegesellschaften ebenso gerecht wie ihrer Verantwortung gegenüber ihren Kunden, Mitarbeitern, Gesellschaftern und der Öffentlichkeit. |



AUTOR
WOLFGANG
MARZIN
Vorsitzender der
Geschäftsführung,
Messe Frankfurt
info@messefrankfurt.com

WHK Consulting GmbH • Steinbodensanierung

Moderne Verfahren z.B. Diamantschleifverfahren
Schleifen • Diamantbürsten • Kristallisieren • Polieren • Reinigen
Imprägnieren • Farbtonvertiefung • Fugensanierung • Reparatur
Wir arbeiten bundesweit zu fairen Preisen!

Telefon (0 20 41) 7 71 79 35 • E-Mail: info@whv-online.info
Besuchen Sie auch unsere Homepage www.whk-consulting.de

EVENT SERVICE HOFMANN

- Private Ermittlungen
- Personenschutz
- Eventschutz
- Objekt u. Anlagenschutz
(mit Amtl. Bewachungserlaubnis)

Tel. 069 / 730 66 47
Mobil 0173 / 669 01 16

IM UNTERNEHMEN VERANKERT

Gesellschaftliche Verantwortung ist ein zentraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie von Mainova. Der regionale Energiedienstleister berücksichtigt in seiner Nachhaltigkeitsstrategie ökonomische, soziale und ökologische Komponenten gleichermaßen.



Die Mainova finanziert seit vielen Jahren zahlreiche gemeinwohlorientierte Institutionen und Projekte in FrankfurtRheinMain.

Deutschland hat sich mit der Energiewende für einen grundlegenden Systemwechsel entschieden. Das Energiesystem unseres Landes wird künftig hocheffizient, dezentral und überwiegend regenerativ sein. Im Zuge dieses Paradigmenwechsels ist das Prinzip der Nachhaltigkeit für viele Unternehmen zu einer übergeordneten Handlungsmaxime geworden. Das gilt insbesondere für kommunale Energiedienstleister.

Die Energiewende, der demografische Wandel und die regionale Verortung der Stadtwerke verlangen nach einer Unternehmensstrategie,

die sich in technologischer, ökonomischer, sozialer und ökologischer Hinsicht an der Leitidee der langfristigen Tragfähigkeit orientiert. Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist daher nicht nur eine Werbebotschaft, sondern ein unternehmensstrategischer Grundpfeiler.

Hinter dem Begriff Nachhaltigkeit stehen konkrete Wertvorstellungen. Nachhaltiges Handeln bedeutet, sich als Teil der Gesellschaft zu begreifen, ökologische und soziale Verantwortung zu übernehmen und so die öffentliche Akzeptanz und den wirtschaftlichen Erfolg dauerhaft zu sichern. Um das eigene Verständnis von Nachhaltigkeit ganzheitlich abbilden zu können, wurde bei der Mainova der übliche Dreiklang aus Ökonomie, Ökologie und Sozialem zu einer unternehmensspezifischen Zielvorstellung erweitert.

Diese besteht aus fünf Dimensionen: Langfristiger Erfolg umfasst die ökonomische Komponente der Nachhaltigkeit und ist die Grundvoraussetzung für soziales und ökologisches Engagement. Leistungsfähige Technik beschreibt die langfristigen Investitionen in eine zuverlässige, umweltschonende und effiziente Energieversorgung. Zukunftsfähige Versorgung bedeutet, als Partner der Kunden zu handeln und mit den eigenen Produkten und Dienstleistungen ökologische Verantwortung zu übernehmen. Faire Partnerschaft spricht die soziale Dimension an und umfasst den fairen, partnerschaftlichen Umgang mit Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten. Regionale Verantwortung ist als kommunalem Unternehmen im Selbstverständnis der Mainova fest verankert.

Um Nachhaltigkeit im Unternehmensalltag zu leben, ist es sinnvoll, dieses Leitmotiv sowohl organisatorisch als auch strategisch im Unternehmen zu verankern und zentral zu steuern. Nachhaltigkeitsthemen verantwortet bei der Mainova die Stabsstelle „Unternehmensstrategie, M&A Projekte und Nachhaltigkeit“, die direkt dem Vorstandsvorsitzenden unterstellt ist. Dies ermöglicht eine enge Verknüpfung des Nachhaltigkeitsgedankens mit der strategischen Ausrichtung des Unternehmens.

Die Stabsstelle erfasst und bewertet Nachhaltigkeitstrends und sucht den Dialog mit den Interessengruppen. Sie entwickelt die Nachhaltigkeitsstrategie und die dazugehörigen Instrumente weiter und sorgt für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Außerdem unterstützt sie bei Bedarf als Dienstleister sowohl externe Partner als auch die internen Einheiten bei nachhaltigkeitsrelevanten Projekten.

Das Nachhaltigkeitsboard fungiert als zentrales Entscheidungsgremium für wesentliche Nachhaltigkeitsthemen. Alle Vorstände nehmen an den viermal jährlich stattfindenden Sitzungen teil. Diese Besetzung verdeutlicht den hohen Stellenwert, der dem Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen beigemessen wird. Das seit 2011 bestehende Board wurde 2013 durch den Kreis der Nachhaltigkeitskoordinatoren ergänzt. Dieses



zweite Nachhaltigkeitsgremium tagt mit seinen rund 20 Mitgliedern zweimal jährlich. Der Koordinator ist das Bindeglied zwischen der Stabsstelle „Unternehmensstrategie, M&A Projekte und Nachhaltigkeit“ und dem jeweiligen Fachbereich; und dies in beide Richtungen.

Das Nachhaltigkeitsmanagement der Mainova basiert auf vier Instrumenten: Wesentlichkeitsmatrix, Nachhaltigkeitsprogramm, Nachhaltigkeitsradar und Nachhaltigkeitsbericht. Sie alle greifen eng ineinander und bilden einen geschlossenen Kreislauf für das Nachhaltigkeitsmanagement. Ausgangspunkt des Nachhaltigkeitsansatzes ist die Wesentlichkeitsmatrix. Mithilfe dieses Instruments priorisieren die Interessengruppen in einer Befragung die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen für die Mainova. Jede Interessengruppe nimmt das Unternehmen unterschiedlich wahr und hat andere Erwartungen an unternehmerische Verantwortung. Für Unternehmen ist es deshalb erforderlich, die Interessen möglichst vieler Gruppen zu kennen und zu verstehen. Ein fortwährender Dialog ist entsprechend wichtig.

Das Ergebnis: Versorgungszuverlässigkeit, wettbewerbsfähige Preise und Servicequalität werden von allen Interessengruppen als die wichtigsten Handlungsfelder benannt. Dies verdeutlicht: Der Kunde muss im Fokus des Mainova-Handelns bleiben. Während für die internen Interessengruppen die Themen profitables Wachstum, Kostenbewusstsein und Attraktivität als Arbeitgeber von nächstgrößerer Bedeutung sind, werden extern die grünen Themen Energieeffizienz, Ausbau erneuerbarer Energien und Umweltschutz als wichtig eingestuft. Allen ist auch das regionale Engagement ihres Energiedienstleisters sehr wichtig.

Für die im Rahmen der Wesentlichkeitsmatrix identifizierten Kernthemen werden dann Ziele und Maßnahmen in einem Nachhaltigkeitsprogramm entwickelt. Dies erfolgt in enger Abstimmung mit den einzelnen Fachbereichen. Das Nachhaltigkeitsprogramm bildet neben der Laufzeit der Ziele und Maßnahmen auch den Status ihrer Umsetzung ab. Neben dem Engagement im Bereich der Energieerzeugung und -lieferung ist beispielsweise auch die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie, die Optimierung des Lieferantenmanagements sowie das Spenden- und Sponsorenwesen Bestandteil des Mainova-Nachhaltigkeitsprogramms. Durch das Nachhaltigkeitsradar wird jährlich vorausschauend die Umsetzung der Ziele und Maßnahmen kritisch analysiert und bewertet. Alle Aktivitäten und Kennzahlen werden jährlich im Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert und veröffentlicht.

Im Rahmen der Wesentlichkeitsmatrix haben die Interessengruppen mit der Wahl der „Versorgungszuverlässigkeit“ als Haupthandlungsfeld verdeutlicht, dass sich das nachhaltige Engagement des Unternehmens auf das Kerngeschäft konzentrieren sollte. So hat die Mainova bereits 2010 eine langfristige Strategie zum Ausbau der Energieerzeugung entwickelt. Wesentliche Eckpunkte dabei sind eine jährliche CO₂-Einsparung in Höhe von 550 000 Tonnen als Beitrag zur Klimastrategie der Stadt Frankfurt, eine Quote CO₂-neutraler Stromerzeugung in Höhe von 20 Prozent sowie die Sicherstellung eines Kraft-Wärme-Kopplungsanteils in Höhe von mindestens 25 Prozent. Wachstum im Bereich der Erzeugung ist bisher durch ausgewählte Investitionen in effiziente Gaskraftwerke sowie Onshore-Windparks und Fotovoltaikanlagen erfolgt. Dafür wurden bereits rund 300 Millionen Euro investiert.

Zukünftig wird die Mainova verstärkt in die Flexibilisierung der Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen in Frankfurt investieren. Diese sind natürliche Partner der Erneuerbaren. Die Fernwärme ist daher auch ein wichtiger Baustein im Klimaschutzkonzept der Stadt Frankfurt.

Das Frankfurter Stromnetz ist in puncto Versorgungszuverlässigkeit europaweit in der Spitzengruppe. Die durchschnittliche Versorgungsunterbrechung betrug im Jahr 2012 pro Endkunde im Mittelspannungsnetz lediglich 7,9 Minuten. Zum Vergleich: In Deutschland, das zusammen mit der Schweiz und den Niederlanden die europäische Rangliste anführt, beträgt im selben Zeitraum die durchschnittliche Versorgungsunterbrechung pro Endkunde 15,91 Minuten. Alle Aktivitäten tragen dazu bei, dass die Stadt Frankfurt auch im 21. Jahrhundert ihre Stellung als internationales Finanz-, Produktions- und Dienstleistungszentrum, aber auch als Luftdrehkreuz sowie IT-Knotenpunkt behaupten kann.



AUTOREN

BJÖRN BRODA
Stabsstellenleiter
Unternehmensstrategie, M&A Projekte und Nachhaltigkeit, Mainova, Frankfurt
nachhaltigkeit@mainova.de

JULIA BRÄHLER
Senior-Projektleiterin
Nachhaltigkeit, Mainova, Frankfurt
nachhaltigkeit@mainova.de

**Kunzler Notstromtechnik GmbH
Frankfurt**



Spezialist für Diesel-Notstromanlagen

Strom – immer und überall!

- Netzersatzanlagen
- Notstromaggregate
- Steuerungsbau
- Wartung
- Reparatur
- Mietaggregate

Kunzler Notstromtechnik GmbH | Frankfurt am Main
www.kunzlerstrom.de | info@kunzlerstrom.de | 06181 4363 0



Clariant fördert unter anderem die Lehrerausbildung in Indonesien, wo die Schulbildung in vielen Regionen mangelhaft ist.

CLARIANT

LANGFRISTIG WERTE SCHAFFEN

Unternehmerischer Erfolg und verantwortungsvolle Unternehmensführung gehen Hand in Hand. Für das Spezialchemieunternehmen Clariant sind Nachhaltigkeit und Verantwortung deshalb Teil der Unternehmensstrategie.

Aspekte wie Arbeitssicherheit oder ein angemessenes Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten sind für globale Unternehmen heute eine Selbstverständlichkeit. Daneben gewinnen aber wertbasierte Aspekte zunehmend an Bedeutung. Mitarbeiter erwarten eine sinnstiftende Beschäftigung und Wertschätzung für ihre Leistung. So sind gerade vor dem Hintergrund, dass vielen Unternehmen aufgrund des demografischen Wandels der qualifizierte Nachwuchs fehlt, Maßnahmen nötig, mit welchen die Mitarbeiter möglichst lange im Unternehmen gehalten werden können.

In Deutschland bietet Clariant in diesem Zusammenhang beispielsweise Langzeitarbeitskonten oder Modelle, die einen sanften Übergang vom Arbeitsleben in den Ruhestand ermöglichen, an. Im Rahmen des Gesundheitsmanagements werden unter anderem Sportmöglichkeiten an den Standorten oder auch Gesundheits-Check-ups, Beratungsangebote und allgemeine Unterstützung für viele Lebenslagen angeboten. Das Management von Familie und Beruf umfasst etliche Punkte wie Teilzeitarbeitsplätze, Kinderbetreuungsplätze für Notfälle, Ferienprogramme für die Kinder von Mitarbeitern sowie ein umfassendes Beratungs- und Betreuungsangebot für Familien. Neben der Balance zwischen

Berufs- und privatem Leben sollen sich Mitarbeiter durch spezifische Weiterbildung persönlich entwickeln, ihr Potenzial voll nutzen und so zum Wachstum des Unternehmens beitragen können.

Unternehmerische Verantwortung hört heutzutage aber nicht mehr an der Werksgrenze auf, sondern schließt in zunehmendem Maße die gesamte Wertschöpfungskette mit ein. Bei der Beschaffung von Rohstoffen in globalisierten Märkten sind Nachhaltigkeitsaspekte daher von zunehmender Bedeutung. Während bislang die Auswahl der Lieferanten vor allem vom Preis und vom Angebot bestimmt wurde, spielen heute auch nicht-finanzielle Überlegungen eine Rolle. Es wird vermehrt Wert auf Zusammenarbeit gelegt, beispielsweise in der Forschung und Entwicklung. Das Nachhaltigkeitsprofil eines Lieferanten gewinnt als Auswahlkriterium an Bedeutung – nicht zuletzt, um die Risiken beim Einkäufer zu minimieren.

Clariant hat Nachhaltigkeitskriterien in die Lieferantenauswahl integriert. Neben der Produktqualität zählen dazu Sicherheitsaspekte beim Transport, das Recycling von Verpackungen und deren CO₂-Bilanz. In zunehmendem Maße beschafft das Unternehmen erneuerbare Rohstoffe aus zertifizierten Quellen. Indem Nachhaltig-



ANGEBOTE DER IHK FRANKFURT ZUM THEMA CSR

Symposium: CSR – Image oder Nachhaltigkeit?

Dienstag, 16. Dezember, 10 bis 13 Uhr, IHK Frankfurt

Unternehmensvertreter, wie unter anderem die diesjährige CSR-Preisträgerin Otto Group, Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit und Redi Group, berichten von ihren Erfahrungen und Herausforderungen, was es bedeutet, die Verantwortung gegenüber der Gesellschaft in das Kerngeschäft zu integrieren und CSR als betriebswirtschaftliche Chance zu nutzen. Wie dies gelingen kann, führt René Schmidpeter von der Cologne Business School in seinem einleitenden Vortrag aus. Die Teilnahme ist kostenfrei. Anmeldung online unter www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen.

CSR-Themenportal

Aktuelle Information zu CSR und Nachhaltigkeit online im IHK-Themenportal unter www.frankfurt-main.ihk.de/csr.

keitsprogramme gemeinsam mit Lieferanten umgesetzt werden, kann deren langfristige kostenseitige Wettbewerbsfähigkeit sichergestellt, gleichzeitig der Schutz der Mitarbeiter und der Umwelt verbessert und das eigene Geschäft gesichert werden. Dies gilt insbesondere in Wachstumsregionen wie Asien. Sogenannte Supplier Days (Lieferantentage) werden in diesen Regionen durchgeführt, um gezielt auf diese Ansprüche hinzuweisen und so langfristige, nachhaltige Beziehungen zu gewährleisten. Da es neben Vertrauen auch Kontrolle braucht, ist Clariant Mitglied der Industrieinitiative „Together for Sustainability“, die im Namen von verschiedenen Chemieunternehmen Audits bei Lieferanten durchführt. Durch die so geschaffenen Synergien wird der Aufwand sowohl für die Lieferanten als auch für die Kunden merklich reduziert.

Eine lange Tradition hat unternehmerische Verantwortung auf dem Gebiet des gemeinnützigen Engagements. Vielfach wurde dieses Engagement durch das Entrichten von Spenden oder Sachleistungen eingegangen – ohne direkten Bezug zum Unternehmen und dessen Wirtschaftsleistung. Die Bedeutung des gemeinnützigen Engagements von Unternehmen (Corporate Citizenship) wandelt sich aber zusehends in Richtung soziales Investment. Beeinflusst durch die Globalisierung der Unternehmen, verändert sich auch die strategische Ausrichtung von Corporate-Citizenship-Aktivitäten – weg von reiner Spendentätigkeit hin zu partnerschaftlichem Engagement, das im Dialog mit den Anspruchsgruppen, beispielsweise den Nachbarn von Produktionsstätten, eine für beide Seiten gewinnbringende Beziehung etabliert. Gegenseitiges Vertrauen ist oft der Grundstein für eine langfristige Beziehung und erfolgreiche Unternehmensführung, gerade wenn neue Märkte in wachsenden Regionen erschlossen werden sollen. Global agierende Unternehmen beeinflussen die Entwicklung der Regionen, in welchen sie präsent sind. Entsprechend groß ist die Bedeutung der Verankerung von Unternehmen am jeweiligen Standort.

Viele Unternehmen unterstützen ein einzelnes großes Projekt oder eine gemeinnützige Institution. Clariant hingegen verfolgt die Strategie, global eine breite Palette an gemeinnützigen Projekten auf lokaler Ebene zu fördern. Die Projekte werden vor Ort geplant und durchgeführt, weil dort am besten eingeschätzt werden kann, welche Bedürfnisse die lokale Gemeinschaft hat. So werden die gemeinnützigen Projekte auch vor Ort verankert und der größtmögliche Nutzen für die Begünstigten und das Unternehmen generiert. Clariant fördert beispielsweise in Indonesien die Lehrerausbildung, da die Schulbildung dort noch mangelhaft ist. Bessere Schulbildung steigert die Chancen der lokalen Bevölkerung auf besser bezahlte Arbeit. Durch die Förderung der Lehrerausbildung wird mittelfristig auch die Qualifikation der Arbeitnehmer gehoben, gleichzeitig trägt Bildung auch indirekt zu deren Wohlstand bei.

Ähnliche Projekte werden global unterstützt, nicht allein über finanzielle Beiträge, sondern auch durch freiwilligen Einsatz von Mitarbeitern, die in Schulen beispielsweise wissenschaftliche Fächer unterrichten. Der Austausch mit den Schülern trägt gleichzeitig zur Motivation der Mitarbeiter bei und hilft diesen, die eigenen Kompetenzen auszuweiten. Motivierte Mitarbeiter bleiben wiederum dem Unternehmen länger treu. Die langfristige Mitarbeiterbindung ist gerade in Zeiten fehlenden Nachwuchses ein zunehmend wichtiger Faktor. Um den Regionen Orientierung für die Planung und Durchführung von gemeinnützigen Projekten zu geben, wurde eine Richtlinie erarbeitet, welche die möglichen Aktivitäten definiert und einen klaren Freigabeprozess einschließlich eines Compliance-Checks enthält. Ein obligatorisches Antragsformular dient dazu, den Prozess einheitlich zu gestalten und unternehmensweit Transparenz über die Vielzahl der gemeinnützigen Projekte zu gewährleisten.

Ein Unternehmen, das Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung in der eigenen Strategie verankert, senkt Risiken und schafft gleichzeitig langfristige Werte für seine Mitarbeiter, für die Gemeinschaft, für die Kunden und nicht zuletzt auch für sich selbst. Dies ist ein Prozess, der Zeit und vor allem auch das klare Bekenntnis der Führungsebene zur verantwortungsvollen Unternehmensführung erfordert.



AUTOR
DANIEL KAUFMANN
Manager Nachhaltigkeitskommunikation, Clariant,
Muttens
sustainability@clariant.com



AB SOFORT IMMER DABEI

Sie wollen unterwegs die neueste Ausgabe des IHK WirtschaftsForums lesen?

Dann laden Sie sich die App im App Store oder bei Google Play

kostenfrei auf Ihr Tablet.



Bei der GLS Bank wird Geld als gesellschaftliches Gestaltungsmittel verstanden, dessen Einsatz Dinge bewegen und Entwicklungen vorantreiben kann.

GLS BANK

TRANSPARENZ ERZEUGT VERTRAUEN

Die kommende CSR-Berichtspflicht macht unternehmerische Entscheidungen und Strategien für Kunden und Partner nachvollziehbar. Diese Transparenz erzeugt Vertrauen und zeigt zugleich auf, wo Unternehmen noch nachjustieren müssen.

Nachhaltigkeit oder CSR sind Begriffe, die mittlerweile für jedes Unternehmen eine zentrale Rolle spielen. Mit der kommenden Nachhaltigkeitsberichtspflicht für Unternehmen ist das Thema noch einmal intensiver auf die Tagesordnung gehoben worden. Diese Berichterstattung kann einen wichtigen Einfluss auf das Unternehmen haben. Denn die Quantifizierung macht plastisch und nachvollziehbar, wo eventuell noch Handlungsbedarf besteht. Außerdem regt eine transparente Berichterstattung zu Diskussionen an und kann so Ausgangspunkt für Entwicklung und Veränderung sein.

Um den eigenen Ansprüchen, aber auch denen der Kunden und anderer Stakeholder gerecht zu werden, ist es für ein Unternehmen zentral, zunächst einmal das eigene Nachhaltigkeitsverständnis zu definieren. Auch die GLS Bank musste sich einem intensiven Check unterziehen, um nach außen und nach den entsprechenden Standards ihre Nachhaltigkeit unter Beweis zu stellen. Glaubwürdigkeit und Transparenz entstehen zu lassen, in Zeiten, da Greenwashing an der Tagesordnung ist, ist eine wichtige Funktion der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Für Institute und Unternehmen gilt es daher, genau wie für jeden Menschen, zunächst einmal die eigenen Werte zu diskutieren und herauszuarbeiten. Bei der GLS Bank spielt diese Diskussion, dieses gemeinsame Arbeiten an den Werten seit ihrer Gründung in 1974 eine große Rolle. Mit dem enormen Wachstum der Bank in den vergangenen Jahren wurde eine genauere Definition und Beschreibung dieser Werte aber immer wichtiger,

um für Mitglieder, Kunden und Mitarbeiter die Arbeitsweise und die Ideen des Unternehmens transparent und greifbar zu halten. Vor allem die Mitarbeiter waren an der Erarbeitung dieser Kernwerte beteiligt.

Basis der gemeinsamen Diskussion war die sogenannte Triple Bottom Line (People, Planet, Profit). Diese haben die Mitarbeiter in einem gemeinsamen Prozess mit „menschlich, zukunftsweisend, ökonomisch“ übersetzt. Damit steht der Mensch bei allen Handlungen im Mittelpunkt. Außerdem sollen die natürlichen Ressourcen geschont werden. Der ökonomische Gewinn ist dann eine logische Folge aus der Beachtung dieser beiden Maximen.

Die zunächst etwas abstrakt anmutende Umschreibung des Nachhaltigkeitsverständnisses schlägt sich in der alltäglichen Bankarbeit sehr konkret nieder. Ob Kreditbetreuerin, Vermögensmanager oder Anlageberaterin: Zunächst stellen sich die Mitarbeiter immer die Frage, ob das jeweilige Projekt eines Kreditkunden inhaltlich zu den Wertvorstellungen des Unternehmens und seiner Kunden passt. Sprich: Was bedeutet diese Kreditvergabe für die Gesellschaft? Geld wird hier als gesellschaftliches Gestaltungsmittel verstanden, dessen Einsatz Dinge bewegen und Entwicklungen vorantreiben kann. Erst wenn auf inhaltlicher Seite alle Fragen geklärt sind, spielt die ökonomische Komponente eine Rolle.

Damit die Mitarbeiter mit diesen Entscheidungen nicht alleine stehen, gibt es die Anlage- und Finanzierungsgrundsätze, die für alle



Kunden auf der Homepage der Bank abrufbar und damit nachvollziehbar sind. Hier wird genau beschrieben, welche Art von Projekten die GLS Bank finanziert und welche sie ausschließt – etwa Unternehmen, die die Menschenrechte verletzen oder Kernkraftwerke betreiben. Über die Entwicklung und Anwendung der Positiv- und Negativkriterien wacht der Anlageausschuss; das Gremium prüft die Aufnahme von Titeln. Auch hier wird zunächst nur nach der inhaltlichen Ausrichtung der Unternehmen geschaut. In einer zweiten Stufe greift dann der Investmentausschuss auf die in das Anlageuniversum aufgenommenen Titel zu und prüft sie ökonomisch.

Mit ihren Finanzierungen und Anlagen deckt die GLS Bank vor allem die Grundbedürfnisse der Menschen. Daher finanziert sie Projekte in den Branchen Ernährung, Energie, Bildung, Soziales und Wohnen. Die Kunden können dabei sogar angeben, in welchen der Bereiche ihr Geld fließen soll. Die Bank veröffentlicht quartalsweise alle vergebenen Kredite, genauso wie sie ihre Eigenanlagen offenlegt. So macht sie die Entscheidungen der Mitarbeiter für die Mitglieder und die Kunden nachvollziehbar. Diese Transparenz schafft Vertrauen und macht die direkte gesellschaftliche Wirkung des Geldes unmittelbar sichtbar.

Wie mit dem Thema Nachhaltigkeit in einzelnen Unternehmen umgegangen wird, muss individuell auf das eigene Nachhaltigkeitsverständnis zugeschnitten sein. So hat die GLS Bank sich gegen einen dezidierten Nachhaltigkeitsbeauftragten entschieden, da im eigenen Selbstverständnis letztlich jeder Mitarbeiter ein Nachhaltigkeitsbe-

auftragter ist. Dementsprechend entstehen auch die verschiedenen Komponenten des Nachhaltigkeitsberichts in den Abteilungen, wo die größte Expertise zum jeweiligen Bereich zu finden ist. Die Erstellung des Berichts beschäftigt dementsprechend viele Mitarbeiter des Hauses, wobei das Controlling als zentrale Sammelstelle dient. Dass die intensive Arbeit an der Berichterstattung dabei keine vergebliche Mühe ist, zeigt das rege Interesse: Aktuell wird die Webseite mit den Berichten ungefähr 150 Mal im Monat angeklickt, zwischen 40 und 50 Prozent der Besucher laden anschließend auch die Berichte herunter.

Nachhaltigkeitsberichte sind somit keine Selbstbespiegelung, sondern sollen vielmehr den Dialog anregen: Lernen erfolgt durch Austausch und dieser wiederum braucht Informationen und Diskussionsgrundlagen. So kann die kommende Berichtspflicht den gesellschaftlichen Diskurs über unternehmerische Verantwortung anregen und bietet für Unternehmer die Chance, das eigene Vorgehen zu hinterfragen. Egal, wie weit ein Unternehmen auf dem Weg zu einer nachhaltigen Geschäftspolitik bereits gegangen ist: Es gibt immer neue Entwicklungen und Möglichkeiten, sich weiterzuentwickeln. |

AUTOR
JOSEF SCHNITZBAUER
Regionalleiter, GLS Bank, Frankfurt
josef.schnitzbauer@gls.de

Wir suchen einen Käufer für einen GaLa Fachbetrieb (PLZ: 6)

Hier die wichtigsten Informationen:

- Gesellschaftsform: GmbH
- Kunden: Gewerbe- und einkommensstarke Privatkunden
- Umsatz: Ø 550.000. Euro

Über GO-Mittelstand:

Wir unterstützen kleine und mittelständische Unternehmen bei Ihrer Unternehmensnachfolge. Sollte eine Akquisition für Sie in Frage kommen helfen wir Ihnen gerne weiter.

Für den Käufer fallen keine Kosten an!

Ref.Nr.:20358



GO-Mittelstand oHG - Büro West - Klosterstr. 1 - 41363 Jüchen
Tel.: 02182 82 78 442 - Mobil: 0171 64 67 906 - Fax: 03212 67 70 082
E-Mail: manfred.schenk@go-mittelstand.de - Internet: www.go-mittelstand.de



Gemeinsam für die Regionaltangente West (v.l.): Mathias Samson, Staatssekretär, hessisches Wirtschaftsministerium, Alfred Clouth, Präsident, IHK Offenbach, Markus Pauly, Kaufmännischer Leiter Frankfurt, Deutsche Lufthansa, Stefan Majer, Verkehrsdezernent, Stadt Frankfurt, und Aufsichtsratsvorsitzender, RTW-Planungsgesellschaft, und Prof. Mathias Müller, Präsident, IHK Frankfurt.

FOTO: JOCHEN MÜLLER

REGIONALTANGENTE WEST

DIE WIRTSCHAFT STEIGT EIN

Gemeinsam machen sich die IHKs Frankfurt und Offenbach für den Bau der Regionaltangente West stark. Sie haben eine Kampagne initiiert, damit das Projekt stärker in den Fokus der Öffentlichkeit rückt und die Planungen mithilfe des Landes Hessen weiter Fahrt aufnehmen.

Seit über 40 Jahren ist die Regionaltangente West (RTW) als wichtiges Schienenverkehrsprojekt eingestuft. Im Laufe der Jahrzehnte hat sich die Mobilität in der RheinMain-Region zwar vervielfacht, die Tangente harrt aber noch immer ihrer Verwirklichung. „Die RTW ist verkehrstechnisch und strategisch ein unverzichtbares Projekt für FrankfurtRheinMain“, betonte IHK-Präsident Prof. Mathias Müller. Sie sei die Antwort auf die Herausforderungen einer stetig wachsenden Metropolregion. Unter dem Motto

„Gemeinsam für die Regionaltangente West – Wir steigen ein“ stellte er mit Alfred Clouth, Präsident der IHK Offenbach, auf einer Pressekonferenz am Frankfurter Flughafen die gemeinsame Plakatkampagne der Wirtschaft vor. „Wir freuen uns, dass unser Aufruf zur Teilnahme an der Kampagne von Bürgermeistern, Landräten, aber auch vom hessischen Verkehrsminister, vom Frankfurter Verkehrsdezernenten und von den Unternehmen so positiv aufgenommen und unterstützt wurde“, sagte Müller.

Er geht davon aus, dass die Wirtschaftsstandorte und Wohngebiete an der RTW künftig attraktiver für Ansiedlungen und Zuzüge werden. Laut einer IHK-Studie pendeln täglich 69 Prozent der Beschäftigten zu ihren Arbeitsplätzen. Entlang der Strecke gebe es aber nicht nur große Gewerbegebiete wie Flughafen und Industriepark Höchst, sondern auch viele kleinere Betriebe und eine ausgewogene Branchenstruktur. „Diese Unternehmen sind auf mobile Arbeitnehmer angewiesen“, so Müller. Zigtausende Arbeitsplätze

würden durch die RTW schneller erreichbar, auch die Wohnsituation für Fachkräfte dürfte sich dadurch entspannen: „Von daher ist es dringend notwendig, dass die RTW nun Fahrt aufnimmt.“

Kürzere Reisewege

Clouth nannte Zahlen: Täglich würden 46 000 Fahrgäste die Züge auf der Regionaltangente nutzen. „Etwa 15 000 davon lassen dafür sogar das Auto stehen und steigen auf den öffentlichen Personennahverkehr um“, sagte der Offenbacher IHK-Präsident.

Bei insgesamt 15 Millionen Fahrgästen pro Jahr spare die RTW damit 67,7 Millionen Pkw-Kilometer, 5,5 Millionen Liter Kraftstoff und etwa 12 000 Tonnen CO₂-Ausstoß: „Eine enorme Entlastung für die Umwelt, die Straßen und das S-Bahn-System in der Metropolregion.“

Dabei schließe die neue Querverbindung eine Lücke im regionalen Nahverkehrsnetz. „Endlich können die Menschen auch aus Neu-Isenburg und Dreieich im Süden oder Bad Homburg und Eschborn im Norden direkt zum Flughafen fahren, ohne den leidigen Umweg über den Frankfurter Hauptbahnhof nehmen zu müssen“, so Clouth. Reisewege und Fahrzeiten verkürzten sich dadurch erheblich, zumal die RTW auch Standorte erschließe, die bisher ohne Schienenanbindung waren.

Handlungsdruck steigt

Derzeit sei ein Fahrgast mit dem ICE von Köln zum Frankfurter Flughafen 55 Minuten unterwegs, wer aus dem Norden Frankfurts zum Airport mit dem ÖPNV fahre, benötige teilweise deutlich länger. „Die Regionaltangente wird die Attraktivität des Rhein-Main-Verkehrsverbunds daher steigern und den Pendlerstrom der 37 000 Lufthansa-Mitarbeiter zum und vom Flughafen sehr entlasten“, ergänzte Markus Pauly, Kaufmännischer Leiter, Deutsche Lufthansa, Frankfurt.

Verkehrsinfrastruktur dürfe nicht nur radial – also auf Stadtkerne ausgerichtet –, sondern müsse zugleich tangential geplant werden. Diese stadtplanerische Theorie treffe jedoch auf die gewachsene Schienenverkehrsinfrastruktur in Frankfurt nicht zu, sagte Matthias Samson, Staatssekretär im hessischen Verkehrsminis-

terium. In der Mainmetropole seien alle Schienenwege auf den Hauptbahnhof konzentriert. „Aufgrund des Verkehrszuwachses steigt der Handlungsdruck, über die Tangente nachzudenken“, so Samson. Da die RTW überregionale Bedeutung habe, werde sich das Land Hessen auch in Berlin dafür einsetzen, dass der Bund bei seiner Verkehrsplanung die „richtigen Prioritäten“ setze.

Der Staatssekretär erinnerte in diesem Kontext an das Aus für Frankfurt 21. Das Projekt hatte seinerzeit den Umbau des Hauptbahnhofs zu einem Durchgangsbahnhof vorgesehen. „Unsere Aufgabe ist es, auf Bundesebene für Projekte einzutreten, die dieselben Funktionen erfüllen, wie sie Frankfurt 21 vorgesehen hatte, nämlich die Entlastung des Schienenknotenpunkts“, sagte Samson. Die Regionaltangente West ist ein Bestandteil des Leitprojektes Frankfurt RheinMainplus, das nach dem Scheitern von Frankfurt 21 zur Verbesserung und Weiterentwicklung des Schienenverkehrsknotens Frankfurt durch das Land Hessen, Stadt Frankfurt, Regionalverband, Deutsche Bahn und Rhein-Main-Verkehrsverbund initiiert wurde.

Leuchtturmprojekt

Stefan Majer, Frankfurter Verkehrsdezernent und Aufsichtsratsvorsitzender der RTW-Planungsgesellschaft, bezeichnete die Tangente als „Arbeitsplatz-Linie der Region“. Die Schienenverbindung sei ein regionales Projekt par excellence: „Wir brauchen in FrankfurtRheinMain solche Leuchtturmprojekte wie die RTW.“ Die Verkehrsinfrastruktur stoße in Frankfurt an ihre Grenzen. Insbesondere der S-Bahn-Tunnel in der Innenstadt sei am Ende seiner Leistungs-

REGIONALTANGENTE WEST

Die 44 Kilometer lange Regionaltangente West soll überwiegend auf vorhandenen Schienenstrecken westlich von Frankfurt verlaufen, diese aber durch neue Querverbindungen ergänzen. Entlang der Verbindung würde die Linie insgesamt 21 Haltestellen anfahren, darunter neun Haltepunkte, die bislang ohne Verbindung an das Schienennetz waren. Auf der Regionaltangente soll es zwei Linien geben – die eine führt von Bad Homburg nach Neu-Isenburg Zentrum, die andere von Praunheim-Nord nach Dreieich-Buchsschlag. Beide würden auf dem Streckenabschnitt Eschborn – Höchst – Flughafen verkehren. Geplant ist, dass die Linien zeitversetzt im 30-Minuten-Takt fahren, auf dem gemeinsamen Abschnitt somit alle 15 Minuten. Durch die direkte

Verbindung zum Flughafen sparen Fahrgäste viel Zeit: Wer derzeit von Höchst zum Flughafen fahren möchte, muss 20 Kilometer mit der Bahn fahren und einmal umsteigen. Künftig wären es auf der RTW ohne Umsteigen nur noch fünf Kilometer in zehn Minuten. Das Projekt wird von der RTW Planungsgesellschaft gesteuert, die sich im November 2008 gegründet hat. Gesellschafter sind Stadt Frankfurt, Rhein-Main-Verkehrsverbund, Bad Homburg, Hochtaunuskreis, Main-Taunus-Kreis, Kreis Offenbach, Eschborn und Schwalbach. Bis Ende des Jahres werden voraussichtlich auch die Stadt Neu-Isenburg und das Land Hessen als Gesellschafter hinzukommen. Weiter Infos online unter www.frankfurt-main.ihk.de/rtw und www.rtw-hessen.de.

fähigkeit und müsse entlastet werden; diese „innerstädtische Arterie“ sei zudem anfällig für Störungen. „Deshalb brauchen wir die Tangente“, sagte Majer.

Die Kosten für das Verkehrsprojekt sind mit 376 Millionen Euro veranschlagt. „Bei vergleichbaren Projekten war bisher ein Fördersatz des Bundes von bis zu 60 Prozent üblich, die Landesförderung kann bis zu 27,5 Prozent betragen“, hofft Clouth auf satte Zuschüsse. Die Kommunen müssten dann noch 56 Millionen Euro plus etwa 100 Millionen Euro für die Investition in die Züge übernehmen. Da das Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz als Grundlage der ÖPNV-Finanzierung in 2019 auslaufe, habe das Land Hessen die RTW

bereits vorsorglich für den Bundesverkehrswegeplan angemeldet, sagte Samson. Denn das Land benötige Planungssicherheit bei solchen Großprojekten.

Majer informierte, dass auch bei der EU eine finanzielle Förderung der RTW beantragt wurde. Hinsichtlich des Zeitplans gab er sich zurückhaltend: Es habe sich bei anderen Projekten bewährt, zunächst im Vorfeld kritische Punkte abuarbeiten und erst anschließend die Unterlagen für das Planfeststellungsverfahren beim Regierungspräsidium Darmstadt einzureichen: „Dann geht es erfahrungsgemäß relativ schlank durch das Verfahren.“ Majer rechnet damit, dass die Planfeststellung in 2016 beginnt. ■



AUTOREN
DR. ALEXANDER THEISS
Geschäftsführer,
Standortpolitik,
IHK Frankfurt
a.theiss@frankfurt-main.ihk.de

PETRA MENKE
Chefredakteurin,
IHK Wirtschafts-
Forum, Unternehm-
ermagazin der
IHK Frankfurt
p.menke@frankfurt-main.ihk.de



FOTO: GETTY IMAGES / A-DIGIT

Im IHK-Bezirk Frankfurt pendeln knapp 70 Prozent der Beschäftigten zu ihrem Arbeitsplatz.

IHK-STUDIE „MOBILE ARBEITNEHMER“

FRANKFURT IST PENDLERHOCHBURG

Über 336 000 Menschen pendeln werktags in die Mainmetropole und nach getaner Arbeit wieder nach Hause zurück. Aber auch in den Landkreisen Hochtaunus und Main-Taunus gibt es intensive Pendlerbewegungen.

Den meisten Einwohnern der RheinMain-Region dürfte bewusst sein, dass Frankfurt viele Arbeitnehmer aus dem Umland anzieht und somit eine Pendlerhochburg ist. Welche Pendlerbewegungen und -strukturen es in den Landkreisen Hochtaunus und Main-Taunus gibt, ist hingegen weniger bekannt. Daher hat die IHK Frankfurt nun in der Studie „Mobile Arbeitnehmer: Pendler-

verflechtungen im IHK-Bezirk Frankfurt“ erstmals die Pendlerbewegung in der Stadt Frankfurt sowie den beiden zum IHK-Bezirk gehörigen Landkreisen untersucht.

Einige überraschende Ergebnisse der Studie: So pendeln beispielsweise mehr sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Eschborn ein, als dort Einwohner leben. Und nur sechs Prozent der in Sulzbach Beschäftigten

wohnen auch dort, wohingegen Königstein einen nahezu ausgeglichenen Pendlersaldo aufweist. Insgesamt wohnen lediglich 31 Prozent der im IHK-Bezirk Frankfurt sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auch in der Kommune, in der sie arbeiten. Im Umkehrschluss bedeutet dies: 69 Prozent der im IHK-Bezirk Beschäftigten pendeln zu ihrem Arbeitsplatz.

Tagsüber wächst die Bevölkerung im Bezirk der IHK Frankfurt durch die Pendlerbewegungen um über 267 000 Beschäftigte. Ein Großteil dieser Pendler arbeitet in Frankfurt, wo werktags mehr als 950 000 Einwohner und Beschäftigte leben und arbeiten. Dies erklärt auch, warum lediglich sieben der 25 Kommunen des IHK-Bezirks einen positiven Pendlersaldo auf-

BESTELLUNG

Die IHK-Pendlerstudie ist online abrufbar unter www.frankfurt-main.ihk.de/pendlerstudie. Bestellung der gedruckten Broschüre: IHK Frankfurt, Wirtschaftspolitik und Metropolenentwicklung, Christian Wessling, E-Mail c.wessling@frankfurt-main.ihk.de.

weisen. In Summe wachsen aber auch der Hochtaunuskreis und der Main-Taunus-Kreis über Tag: Der Pendlersaldo im Hochtaunus beträgt knapp 4 000 Beschäftigte, im Main-Taunus steigt die Tagesbevölkerung durch die Einpendler um über 1 000 Beschäftigte. Knapp 10 000 Beschäftigte pendeln zwischen diesen beiden Landkreisen.

In einer arbeitsteiligen und exportorientierten Wirtschaft ist Mobilität eine Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg. Unternehmen sind auf mobile Arbeitnehmer angewiesen. Auch diese profitieren von ihrer Bereitschaft mobil zu sein, beispielsweise durch bessere Beschäftigungsmöglichkeiten oder höher bezahlte Tätigkeiten. Dies gilt insbesondere für Unternehmen im Kern der Metropolregion FrankfurtRheinMain. Nach Frankfurt – das neben dem Arbeitsangebot auch hinsichtlich des durchschnittlich gezahlten Gehalts zu der Spitzengruppe unter den deutschen Städten gehört – pendeln beispielsweise 65 Prozent der dort beschäftigten Arbeitnehmer ein.

Hinzu kommen gesellschaftliche und technologische Veränderungen: Moderne Informations- und Kommunikationstechnologien tragen in vielen Berufen dazu bei, dass sich ein Arbeitsplatz und ein weit entfernter Wohnort besser vereinbaren lassen. In Zeiten von Homeoffice und Videotelefonie spielt der Ort, an dem gearbeitet wird, oftmals eine untergeordnete Rolle. Auch die gestiegene Erwerbsbeteiligung von Frauen

trägt zu einer größeren Mobilität der Arbeitnehmer bei. Oftmals ist zumindest für einen der Partner der Wohnort nicht gleichzeitig auch der Arbeitsort.

Die Erreichbarkeit von Unternehmen ist ein bedeutender Standortfaktor. Ein gut ausgebautes, leistungsfähiges Verkehrsnetz ist deshalb für viele Unternehmen ein wichtiges Argument, beispielsweise bei der Anwerbung von Fachkräften. Die Unternehmen beeinflussen die Wirtschaftskraft der Kommunen nicht nur direkt, sondern auch indirekt über die Kaufkraft ihrer Mitarbeiter. Viele tätigen ihre Einkäufe im Arbeitsort. Auf diese Weise wird die Kaufkraft vor Ort durch die Einpendler enorm verstärkt. Insbesondere die Gastronomie und der Einzelhandel profitieren hiervon.

Pendler ermöglichen es zudem, die wirtschaftliche Aktivität in bestimmten Kommunen zu verdichten. Auf diese Weise kann es zu Outputsteigerungen kommen, zum Beispiel durch einen großen und spezialisierten Arbeitsmarkt sowie durch Wissensübertragungen zwischen den Unternehmen. Auch auf die Vernetzung der einzelnen Kommunen hat eine hohe Pendlerbereitschaft direkte Auswirkungen. Erst durch die mobilen Arbeitnehmer verschmelzen die vielen lokalen Arbeitsmärkte zu einem Arbeitsmarkt FrankfurtRheinMain, der die gesamte Metropolregion umfasst.

Aufgrund von knappem Wohnraum, teilweise hohen Mieten und individuellen Präferenzen wohnen viele Arbeit-

nehmer nicht an dem Ort, an dem sie auch arbeiten. Eine hohe Pendlerbereitschaft führt jedoch zu einem effizienten Ressourceneinsatz und einer höheren Produktivität. Deshalb sollte geprüft werden, mit welchen Maßnahmen die Arbeitsmarktmobilität effektiv und nachhaltig gefördert werden kann.

Eine wichtige Rolle hierbei spielt der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV). Aktuelle Mobilitätskennziffern zeigen: Nahe gelegene Bahnstationen geben meist den Ausschlag, ob Arbeitnehmer den ÖPNV nutzen oder nicht. Vor diesem Hintergrund ist eine Stärkung des ÖPNV dringend geboten. Insbesondere die Regionaltangente West (RTW), die Nordmainische S-Bahn und der viergleisige Schienenausbau von Frankfurt in Richtung Bad Vilbel können dazu beitragen, die Verkehrsströme zu den Hauptpendlerzeiten besser zu bündeln und so für Entlastung im Berufsverkehr zu sorgen.

Zur Attraktivität des ÖPNV tragen auch Tarife für bestimmte Nutzergruppen bei, beispielsweise Auszubildenden- und Studierendentickets. In erster Linie ist für Berufspendler ein kontinuierlich zuverlässiges und günstiges Angebot wichtig. Aber auch im Bereich der Straßenverkehrsinfrastruktur müssen Verbesserungen, Kapazitätsanpassungen und Ergänzungen in die Wege geleitet werden.

Für die zukünftige Pendlerdichte spielen der demografische Wandel und ein geändertes Mobilitätsverhalten eine entscheidende Rolle. Bereits heute ist lediglich jeder vierte in FrankfurtRheinMain zurückgelegte Weg beruflich bedingt. Gleichzeitig hat sich die tageszeitliche Verteilung des Verkehrs in den vergangenen Jahren deutlich abgeflacht. Die Aktivitäten ha-

ben sich also gleichmäßiger über den Tag verteilt. Fraglich ist, wie sich diese Tendenzen in Zukunft entwickeln werden. Davon wird letztlich abhängen, welche Mobilitätsangebote vorgehalten werden.

Neben der Verkehrspolitik sind auch knappe Flächen eine der wesentlichen Herausforderungen zur Entwicklung des Wirtschaftsstandorts FrankfurtRheinMain. Sollte es gelingen, hier wesentliche Fortschritte zu erzielen, könnte dadurch auch den negativen Begleiterscheinungen des Pendelns entgegen gewirkt werden. Nicht zuletzt aus diesem Grund ist es eine essenzielle Aufgabe der regionalen Politik, ausreichend Flächen zur Verfügung zu stellen. |



AUTOR
CHRISTIAN WESSLING
Referent, Wirtschaftspolitik und Metropolenentwicklung, IHK Frankfurt
c.wessling@frankfurt-main.ihk.de

HALLEN

Industrie- und Gewerbehallen



von der **Planung** und **Produktion**
bis zur **schlüsselfertigen Halle**





Wolf System GmbH
 94486 Osterhofen
 Tel. 09932/37-0
gbi@wolfsystem.de
www.wolfsystem.de



Auslandsbanken sind auch in Frankfurt/RheinMain ein bedeutender Wirtschaftsfaktor.

AUSLANDSBANKEN

EINE SACHE DES VERTRAUENS

Für große Auslandsbanken ist ein Standort in Deutschland als größter europäischer Volkswirtschaft unerlässlich. Ende 2013 gab es hierzulande rund 260 Auslandsbanken, 144 davon haben ihren Sitz in Frankfurt.

Angenommen, einem Unternehmen liegt ein interessantes Angebot für ein Projekt in Südkorea vor. Die technisch-organisatorischen Aspekte in Deutschland hat die Geschäftsführung mit Bordmitteln voll im Griff, in Korea braucht das Unternehmen jedoch mittelfristig Unterstützung. Wer ist dort der Wunschpartner: Die Firma A mit Sitz in Asan, von der die Geschäftsführung schon mal gehört hat und die eine ganz ansprechende Internetpräsenz hat – oder die Firma B mit Sitz in Incheon und einer Niederlas-

sung in Bad Schwalbach. Der Geschäftsführer kennt die Key-Account-Managerin, erst vor zwei Wochen war er zur Eröffnung des Erweiterungsbaus der koreanischen Firma eingeladen. Da spricht doch vieles für die zweite Variante, auch wenn die koreanischen Firmensitze gleich nebeneinanderliegen und die Produkte vergleichbar in Preis und Leistungsfähigkeit sind.

Kredit heißt Vertrauen

Wenn es um die Wahl der richtigen Bank geht, kommt ein

weiterer Aspekt hinzu – die angebotenen Dienstleistungen sind nämlich sehr abstrakt. Kredit ist zunächst Kredit und eine Zahlungsanweisung wird auftragsgemäß durchgeführt oder auch nicht. Dabei ist es erst einmal unerheblich, ob es sich um Bank A oder B handelt. Der Unternehmer muss also dem Partner zutrauen, dass er das richtig macht. Und umgekehrt muss die Bank dem Unternehmer zutrauen, dass er seine Zahlungsverpflichtungen erfüllen kann.

Denn nicht umsonst heißt es „Kreditwesen“. Das Wort kommt aus dem Lateinischen: credere heißt vertrauen, glauben. Um dem Geschäftspartner zu vertrauen, bedarf es einer persönlichen Bekanntschaft und eines regelmäßigen Kontakts. Das wussten schon die Kaufleute auf den mittelalterlichen Märkten in Frankfurt, wenn sie vor ihrer Banca die Waren auslegten – und das Wechselgeld. Das war mal in Gulden (für die Käufer nördlich des Mains), mal in Talern (für die aus dem Süden). Und wer das Geld nicht mitnehmen wollte,

etwa auf den beschwerlichen und gefährlichen Weg über die Alpen, der bekam eine Nota mit nach Genua. Der Inhaber vertraute darauf, dass der darin genannte Kaufmann in Genua gegen Vorlage der Banknote (Münz-)Geld auszahlen wird.

So waren die ersten „Banken“ in Frankfurt eigentlich Händler – und eigentlich waren sie allesamt „Auslands“-Banken: Entweder, weil sie nicht aus Frankfurt stammten, oder von Frankfurt aus die Beziehungen zu Kaufleuten in anderen Städten und Ländern pflegten. Das sogenannte Ausland begann dabei gleich hinter den Stadtmauern. Gegenseitiges Kennen und Vertrauen waren Grundlage des Geschäfts.

So geht es Unternehmen auch heutzutage noch im Auslandsgeschäft: Sie brauchen eine Bank mit guten Beziehungen ins Ausland. Das kann eine Bank sein, die aus dem jeweiligen Land stammt – oder ein anderes (vielleicht auch deutsches) Bankhaus mit einer Vertretung in Frankfurt, jedenfalls aber mit Expertise vor Ort im jeweiligen Land. Genauso verhält es sich umgekehrt für den ausländischen Geschäftspartner, der nach Deutschland kommt. Auch er benötigt einen Partner, der seine Sprache spricht und sein Geschäft versteht – hier wie dort.

Breite Palette an Geschäftsmodellen

Unterschiedlich wie in der Realwirtschaft sind auch bei Auslandsbanken die jeweiligen Geschäftsmodelle: Das reicht vom Investmentbanking in seinen verschiedensten Ausprägungen bis zu Aktivitäten, die sich ganz auf das Konsumentengeschäft oder auf Spezialgebiete wie Leasing und Factoring konzentrieren. Gemeinsam ist allen, dass für sie ein Standort in Deutschland als größter europäischer Volkswirtschaft unerlässlich ist. Dem mögen gelegentlich deutsche

Eigenheiten in der Regulierung und Besteuerung als wenig förderlich gegenüberstehen. Eine Präsenz vor Ort ist dennoch von entscheidender Bedeutung für den eigenen wirtschaftlichen Erfolg und den der Kunden.

Frankfurt als optimaler Standort

Frankfurt als größter Bankenplatz in Kontinentaleuropa ist wiederum in Deutschland die erste Wahl: Hier finden sich das geeignete Personal, das richtige berufliche und persönliche Umfeld und nicht zuletzt die wichtigsten öffentlich-rechtlichen Akteure: Europäische Zentralbank, Deutsche Bundesbank, Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (Bafin), Deutsche Börse sind in diesem Kontext die besonders bankrelevanten Namen. Eine durchaus wirtschaftsfördernde Stellung nehmen hier neben der hessischen Landesregierung auch die regionalen und lokalen Gremien sowie die Industrie- und Handelskammern ein. Dass (Verkehrs-)Infrastruktur, Kultur und (Aus-)Bildungswesen ebenfalls zentrale Faktoren darstellen, dürfte auf der Hand liegen.

Aufbau von Filialnetzen

Aus den unterschiedlichen Geschäftsmodellen erklärt sich auch die ganz verschiedene Verbreitung der Auslandsbanken in der Fläche. Bleiben die einen auf Frankfurt fokussiert, bilden andere ein gewisses Netz aus Vertriebseinheiten und Niederlassungen, zumindest in den wichtigsten Wirtschaftszentren.

Eine große Herausforderung für Auslandsinstitute ist die Frage der Verbreitung in der Fläche: Der Aufbau eines eigenständigen Filialnetzes ist langwierig und teuer. Einlagengeschäft, Konsumentenkredite, Leasing-

angebote, Factoring für kleine und mittelständische Unternehmen benötigen nicht unbedingt dichte Filialnetze. Eine konsequente Internetstrategie und/oder eine intensive Betreuung der Unternehmer vor Ort sind hier wesentliche Erfolgsfaktoren. Bereits in der ersten Planung des Markteintritts werden Auslandsbanken also zur Kosteneffizienz geradezu gezwungen: Hieraus folgt die Neigung der ausländischen Anbieter, neueste Technologien anzuwenden und sich auf wenige Produkte zu beschränken, von denen sie sich einen Wettbewerbsvorteil gegenüber den traditionellen Marktteilnehmern versprechen. Der Erfolg der Auslandsbanken hat manche inländische Bank oft erst dazu veranlasst, solche Geschäftsmodelle selber zu übernehmen.

Modernisierungstreiber

Auslandsbanken sind daher wichtige Modernisierungstreiber für das Bankwesen. Dies betrifft sowohl inhaltliche Aspekte, wie die Schaffung neuer Finanzprodukte (zum Beispiel Leasing, Factoring), als auch neue Lösungen im Bereich der Informationstechnologie und der Kommunikation (Internetbanking, Webauftritte).

Ende 2013 waren insgesamt 261 Auslandsbanken in Deutschland aktiv, davon allein 82 mit rechtlich eigenständigen Tochtergesellschaften. 144 dieser Auslandsbanken haben Frankfurt als Sitz ihrer deutschen Geschäftstätigkeit gewählt. Über

die Jahre hat sich die Zahl der Auslandsbanken stabil gehalten: So erhöhte sich die Zahl der Auslandsbanken vom Vorkrisenjahr 2007 mit damals 158 Banken bis 2009 noch auf 162.

Aktienhandel

Auch die Finanzierung der öffentlichen Hand wird durch Auslandsbanken erleichtert: Von den wichtigsten 20 Mitgliedern der Bietergruppe Bundesemissionen 2013 waren allein 16 den Auslandsbanken zuzurechnen. Im Aktienhandel spielen die Auslandsbanken ebenfalls eine wesentliche Rolle. So kamen 2013 von den 517 Xetra-Marktteilnehmern 185, also mehr als ein Drittel, aus dem Auslandssegment.

Wettbewerbsfähigkeit ausbauen

Auslandsbanken sind ein wichtiger Wirtschaftsfaktor: Sie beschäftigen unmittelbar über 30 000 Menschen in Deutschland. Auslandsbanken nehmen zudem in vielfältiger Weise die Dienstleistungen konzernfremder Anbieter vor Ort in Anspruch: Dies reicht von der spezialisierten Rechts- und Steuerberatung über Lohnabrechnungsbüros, IT-Services bis zu allgemeinen Dienstleistungen wie Catering, Reinigung, technische Wartung und Bewachung. Deutschland und insbesondere die Region Frankfurt/Rhein/Main haben also gute Gründe, gemeinsam mit den Auslandsbanken die eigene Wettbewerbsfähigkeit in allen Aspekten zu erhalten und auszubauen.



AUTOREN
REINHARD A. HEILMAIER (l.)
 Vorstandsmitglied,
 Korea Exchange Bank
 (Deutschland), Frankfurt
 reinhard.heilmairer@koexbank.de

SANG-HWA LEE (r.)
 CEO, Korea Exchange Bank
 (Deutschland), Frankfurt,
 sang.hwa.lee@koexbank.de

IHK-BILDUNGSZENTRUM

Nähere Informationen zu den nachfolgenden Bildungsangeboten erhalten Sie unter der Rufnummer 0 69 / 21 97 + Durchwahl sowie unter www.frankfurt-main.ihk.de/ihk-bildungszentrum oder bildungszentrum@frankfurt-main.ihk.de.

IHK-SEMINARE

TELEFONTRAINING I 6./7. November 2014/16 UE/zweitägiges Seminar	325 Euro Telefon – 1403
WORKSHOP CONTROLLING II ab 7. November 2014/24 UE/2 Wochenenden	395 Euro Telefon – 1405
DER WEG IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT ab 10. November 2014/20 UE/5-Abende-Seminar ab 8. Dezember 2014/20 UE/5-Abende-Seminar	150 Euro Telefon – 1403
IMMOBILIEN-WERTERMITTLUNG, TEIL I 12./13. November 2014/16 UE/zweitägiges Seminar	485 Euro Telefon – 1299
SOCIAL-MEDIA-KAMPAGNEN 14. November 2014 /8 UE/eintägiges Seminar	325 Euro Telefon – 1295

BRIEFE UND E-MAILS KUNDENORIENTIERT GESTALTEN
8. Dezember 2014/8 UE/eintägiges Seminar 195 Euro
Telefon – 1403

EINFÜHRUNG IN DAS FACILITY-MANAGEMENT
16./17. Dezember 2014/16 UE/zweitägiges Seminar 485 Euro
Telefon – 1299

TELEFONTRAINING II – AUFBAU
16./17. November 2014 /16 UE/zweitägiges Seminar 325 Euro
Telefon – 1403

BERUFSBEGLEITENDE ZERTIFIKATSLEHRGÄNGE

KOSTEN- UND LEISTUNGSRECHNUNG 525 Euro
ab 10. November 2014/70 UE/montags und mittwochs
ab 15. November 2014/70 UE /samstags
Telefon – 1405

Änderungen vorbehalten.

Anmeldung zu den Zwischenprüfungen Frühjahr 2015

Die hessischen Industrie- und Handelskammern führen im Frühjahr 2015 Zwischenprüfungen gemäß § 48 Berufsbildungsgesetz durch. Die Teilnahme an der Zwischenprüfung ist gemäß § 43 Berufsbildungsgesetz Zulassungsvoraussetzung zur Abschlussprüfung. Folgende Auszubildende werden aufgefordert:

Kaufmännische und kaufmännisch-verwandte Ausbildungsberufe

- Alle Auszubildenden, deren Ausbildungsdauer
- drei Jahre beträgt, Ausbildungsbeginn in der Zeit vom 1. April bis 30. September 2013, dreijährige Berufe der Gastronomie und die Kaufleute im Einzelhandel in der Zeit vom 1. September 2013 bis 31. März 2014
 - verkürzt 2,5 Jahre beträgt, Ausbildungsbeginn in der Zeit vom 1. September 2013 bis 31. März 2014
 - zwei Jahre beträgt (Fachkraft im Gastgewerbe, Fotolaborant/-in, Fachlagerist/-in, Verkäufer/-in), Ausbildungsbeginn in der Zeit vom 1. September 2013 bis 31. März 2014
 - verkürzt zwei Jahre beträgt, Ausbildungsbeginn in der Zeit vom 1. April bis 15. November 2014
 - verkürzt ein Jahr beträgt, Ausbildungsbeginn in der Zeit vom 1. April bis 15. November 2014

und die bisher noch keine Zwischenprüfung abgelegt haben.

Technische Ausbildungsberufe

- Alle Auszubildenden in drei- und 3,5-jährigen Ausbildungsberufen (außer Isolierer/-in, Textil- und Bekleidungsberufe), deren Ausbildung in der Zeit vom 1. April 2013 bis 31. März 2014 begonnen hat.
- Alle Auszubildenden in drei- und 3,5-jährigen Ausbildungsberufen (außer Isolierer/-in, Textil- und Bekleidungsberufe), die unter Berücksichtigung der Berufsausbildungsjahr- und Berufsfachschul-Anrechnungsverordnung ihre Ausbildung in der Zeit vom 1. Oktober 2013 bis 1. Oktober 2014 begonnen haben.

Prüfungstermine

- Die schriftlichen Zwischenprüfungen finden voraussichtlich wie folgt statt:
- Kaufmännische und kaufmännisch-verwandte Ausbildungsberufe
Mittwoch, 25. Februar 2015
 - Technische Ausbildungsberufe
Donnerstag, 19. März 2015

Hinweise zu den Prüfungsanforderungen

Unter www.frankfurt-main.ihk.de/berufsbildung/a-z finden Sie die Prüfungsanforderungen zu dem jeweiligen Berufsprofil.

Beachten Sie bitte folgende Hinweise:

- Bei Jugendlichen, die sich zum Zeitpunkt des Erhalts ihrer Anmeldung zur Zwischenprüfung mindestens zwölf Monate in der Ausbildung befinden, bitte die ärztliche Bescheinigung über die erste Nachuntersuchung einreichen.
- Über den genauen Zeitpunkt der einzelnen Zwischenprüfungen erhält der Prüfling rechtzeitig eine Benachrichtigung, die am Prüfungstag mitzubringen ist.
- Gemäß § 15 Berufsbildungsgesetz ist der Prüfling für die Zeit der Prüfung freizustellen.

Kontakt

Kaufmännische Ausbildungsberufe:
Christoph Koch, Telefon 0 69 / 21 97 - 14 59,
E-Mail c.koch@frankfurt-main.ihk.de
Industriell-technische Ausbildungsberufe:
Robert Röder, Telefon 0 69 / 21 97 - 12 35,
E-Mail r.roeder@frankfurt-main.ihk.de

Seit 1894 bekannt für Qualität und Zuverlässigkeit

Fabrik für Rolläden, Rolltore, Rollgitter, Markisen, Jalousien, Reparatur-Schnelldienst

Frankfurt 555912
Glindehauser Wuhl 26

Prüfung und Wartung von Toranlagen gem. ASR A1.7

Zäune · Gitter · Tore

1000 000 m Draht und 1000 Türen und Tore immer am Lager!

DRAHT WEISSGÄCHER

ALU

● Komplette Draht-, Alu- u. Stahlmattenzäune
● Tür + Toranlagen
● freitragende Schiebetore
● Ranksysteme
● fertige Hundezwinger
● Mobil-Bauzäune
● sämtliche Zaunpfosten
● sämtliche Drahtgeflechte

SONDERPREISE
Schiebetor verzinkt 12,00 m breit 1,50 m hoch € 3.000,00
Knotengeflecht 50 m Rolle 1,55 m hoch verz. € 47,90
V.S. Stahlmattenzaun Maschenweite 50/200 mm, 0,83 m hoch + 19% MwSt. € 14,80

Drahtgeflechtfabrik und Drahtzaunbau
Verwaltung: Steinstr. 46-48, 64807 Dieburg
Betrieb: Darmstädter Straße 2-10
Telefon (0 60 71) 9 88 10, Fax 51 61

● Alu-Zäune
● Alu-Tore u. -Türen
● Alu-Balkongeländer
● Schranken
● Drehkreuze
● Torantriebe
● Montagen

(06071) 98810

ZEIT KONFERENZ

DEUTSCHES WIRTSCHAFTSFORUM

Weitere Informationen unter:
www.deutscheswirtschaftsforum.de

5. Dezember 2014 | Paulskirche | Frankfurt am Main

SPRECHER (AUSZUG)



Tarek Al-Wazir
 Hessischer Minister für
 Wirtschaft, Energie, Ver-
 kehr und Landesentwicklung



Roland Boekhout
 Vorsitzender des Vorstands,
 ING-DiBa AG



Volker Bouffier
 Ministerpräsident des
 Landes Hessen



Dr. Rainer Esser
 Geschäftsführer,
 ZEIT Verlagsgruppe



Dr. Reto Francioni
 Vorsitzender des Vorstands,
 Deutsche Börse AG



Dr. Rüdiger Grube
 Vorsitzender des Vorstands,
 Deutsche Bahn AG



Andrea Illy
 Chairman und CEO,
 illycaffè S.p.A.



Dr. Josef Joffe
 Herausgeber,
 DIE ZEIT



Philipp Justus
 Managing Director,
 Google Deutschland



Roland Koch
 Vorsitzender des
 Aufsichtsrats,
 UBS Deutschland AG



Isabelle Körner
 Moderatorin,
 n-tv



Prof. Dr. Mathias Müller
 Präsident, IHK Frankfurt
 am Main; Mitglied
 des Vorstands, DIHK e. V.



Heiner Oberrauch
 Präsident,
 SALEWA-Oberalp Gruppe



Vural Öger
 Inhaber, Vural Öger
 Touristikgruppe



Dr. Wolfgang Schäuble,
 MdB
 Bundesminister der
 Finanzen



Peter Thiel
 Investor, U.S.A.
 (Partner, Founders Fund)



Jochen Wegner
 Chefredakteur,
 ZEIT ONLINE



Dr. Jens Weidmann
 Präsident,
 Deutsche Bundesbank



Alexander Würfel
 Sprecher der Geschäfts-
 führung, AbbVie Deutschland
 GmbH & Co. KG



Prof. Dr. Detlef Zühlke
 Wissenschaftlicher Direktor,
 Deutsches Forschungszentrum
 für Künstliche Intelligenz
 DFKI GmbH

VERANSTALTER



VERANSTALTUNGS- PARTNER



CO-SPONSOR



CO-SPONSOR



CO-SPONSOR



MEDIENPARTNER



FÖRDERER



NETZWERK- PARTNER



IHK-FERIENCAMP

LERNEN, WÄHREND ANDERE REISEN

Vor vier Jahren hat die IHK Frankfurt das Projekt „Feriencamp“ initiiert. In Kooperation mit Mitgliedsunternehmen bekommen Schüler während der Sommerferien die Möglichkeit, eine Woche lang spannende Mint-Berufe kennenzulernen.



IHK-Vizepräsident Thomas Reichert (M.) betonte in einem Pressegespräch, dass es Ziel des IHK-Feriencamps sei, die Schulen im Bezirk der IHK Frankfurt bei der Mint-Ausbildung zu unterstützen.

Wir zählen die dritte Woche der hessischen Sommerferien. Das Ausbildungsunternehmen Provis am Rand des Industrieparks Höchst wirkt verwaist, nur vereinzelt laufen Auszubildende und Studierende über die Flure. Und doch herrscht im Chemielabor Hochbetrieb: Die Flüssigkeiten in den Kolben quirlen genauso wie die 20 jungen Leute, die, mit Schutzbrille auf der Nase und in blauen Kitteln, von der Messstation zu ihrer Analysevorrichtung rennen und sich hin und wieder das Urteil ihrer Ausbilderin einholen. Kurz: Es ist wieder IHK-Feriencamp-Zeit.

Neun Mädchen und elf Jungen im Durchschnittsalter von 16 Jahren haben die Einladung der IHK Frankfurt angenommen, sich eine Woche lang von acht bis 16 Uhr mit den sogenannten Mint-Berufen auseinanderzusetzen. Mint steht für Mathematik, Informatik

und Naturwissenschaften, also für Themen, die bei jungen Leuten nicht gerade hoch im Kurs stehen. Gerade gegenüber Berufen mit Blaukittel bestehen Vorbehalte, die vor allem auf Unwissenheit beruhen. Diese Vorbehalte sollten in dieser Woche abgebaut werden.

Dazu erhielten die Schüler einen Einblick in die Chemielabore, in die Metall- und Elektrotechnik sowie Informatik von Provis. Anhand von kleinen Aufgaben durften sie ausprobieren und Produkte wie Kosmetika oder kleine Ampeln herstellen und programmieren. Auszubildende waren ebenfalls anwesend, um den Jugendlichen aus ihrem Alltag zu berichten und sie bei den Experimenten zu unterstützen. Das ist viel lebendiger, als sich nur mit Azubis an einem Messestand zu unterhalten oder ein Unternehmen einen Tag lang zu besichtigen. Zudem lernten die Schüler erste Schritte der Berufs-

orientierung kennen, bekamen Tipps zu Bewerbungsverfahren und persönliche Feedbacks. Ein Teamtraining mit einem Basketballer der Frankfurter Skyliners sollte ihnen zudem zeigen, wie wichtig eine gute Zusammenarbeit ist.

„Selbstverständlich wollen wir mit unserem Feriencamp Schulen und Schulträger nicht aus ihrer Pflicht zur Berufs- und Studienorientierung entlassen“, erläuterte IHK-Vizepräsident Thomas Reichert in einem Pressegespräch. „Ganz egal, ob sie einen dualen Ausbildungsberuf oder ein Studium anstreben: Wir möchten, dass sich die Jugendlichen fünf Tage lang mit den Anforderungen in Mint-Berufen auseinandersetzen, um sich danach eventuell für einen Berufsweg in diesem Bereich zu entscheiden.“ Die Unternehmen im IHK-Bezirk Frankfurt spürten die Nachwuchsprobleme bereits deutlich, so Reichert.

Absolut gesehen, sind die größten Fachkräfteengpässe in den Gruppen der beruflich Qualifizierten zu finden: Aktuell fehlen den Unternehmen im IHK-Bezirk Frankfurt rund 6000 Akademiker und 16000 beruflich Qualifizierte mit technischer Ausbildung. Jede zehnte Stelle kann nicht besetzt werden. Da das verarbeitende Gewerbe in Frankfurt zu einem Drittel zur Gewerbesteuer beiträgt, kommt den Industriebereufen eine besondere Bedeutung zu. Der Fachkräftenachwuchs muss für diese Schlüsselbranche gesichert werden.

Das IHK-Feriencamp soll vor allem Anreize und Impulse geben, sich mit der Wahl eines eigenen Berufs schon in jungen Jahren zu beschäftigen: auch eine Entscheidung gegen einen Mint-Beruf ist ein Erfolg der Berufsorientierung. Diese Botschaft kam auch bei der Abschlussveranstaltung mit den Eltern ganz deutlich an, bei der jeder Teilnehmer ein IHK-Zertifikat erhält. Und dieses IHK-Zertifikat sticht bestimmt jedem Ausbildungsunternehmen ins Auge: Wer sich in Ferienzeiten um acht Uhr morgens für seine eigene Berufsorientierung interessiert, der ist auf jeden Fall leistungsbereit und damit ein interessanter Kandidat für einen Ausbildungsplatz. |



AUTORIN
DR. BRIGITTE
SCHEUERLE
Geschäftsführerin, Aus- und Weiterbildung, IHK Frankfurt
b.scheuerle@frankfurt-main.ihk.de

Verschärfung der strafbefreienden Selbstanzeige zum 1. Januar 2015

Am 24.9.2014 hat die Bundesregierung beschlossen, das Gesetzgebungsverfahren zur Änderung der Vorschriften für die Selbstanzeige auf den Weg zu bringen. Das Gesetz, das mit Wirkung zum 1.1.2015 in Kraft treten soll, verfolgt das Ziel, die strafbefreiende Selbstanzeige entgegen einiger Forderungen zu erhalten. Gleichzeitig werden die Voraussetzungen jedoch wesentlich verschärft. Zudem enthält das Gesetz aber auch Erleichterungen für Unternehmen hinsichtlich der Abgabe von Lohnsteueranmeldungen und Umsatzsteuervoranmeldungen.

Bereits nach der derzeit geltenden Rechtslage kann nur eine vollständige Selbstanzeige, mit der für alle noch nicht verjährten Steuerstraftaten einer Steuerart unrichtige Angaben korrigiert oder unterlassene Angaben nachgeholt werden, zur Straffreiheit führen. Sogenannte Teilselbstanzeigen oder Selbstanzeigen in Etappen sind bereits seit der letzten Verschärfung der Regelungen zur Selbstanzeige im Jahr 2011 nicht mehr mit strafbefreiender Wirkung möglich.

Die geplanten Verschärfungen der Regelungen zur Selbstanzeige beziehen sich auf die Ausweitung der sogenannten Sperrgründe, die Erweiterung des Berichtigungszeitraums und den Umfang der zu entrichtenden Beiträge als Voraussetzung für die Straffreiheit sowie die Erhöhung der Strafzuschläge.

Neue Voraussetzung zur Erlangung der Straffreiheit ist eine zehnjährige Nacherklärungspflicht. Das bedeutet, dass künftig auch für bereits strafrechtlich verjährte Altjahre Angaben korrigiert oder nachgeholt werden müssen. Für den Täter erhöht sich damit das Risiko einer unvollständigen und damit einer gänzlich unwirksamen Selbstanzeige erheblich.

Darüber hinaus werden die Strafzuschläge, die künftig bereits ab Hinterziehungsbeträgen von 25.000 Euro (derzeit 50.000 Euro) zur Erlangung der Straffreiheit zu zahlen sind, von derzeit einheitlich 5 % erheblich – je nach Hinterziehungsvolumen – auf 10 % bis 20 % der hinterzogenen Steuern erhöht.

Demgegenüber steht die Erleichterung durch die Wiedereinführung der Teilselbstanzeige im Bereich der Umsatzsteuervoranmeldungen und der Lohnsteueranmeldungen. Durch sie sollen die derzeitigen Probleme bei mehrfacher Korrektur oder verspäteter Abgabe der Anmeldungen beseitigt werden.

Vor dem Hintergrund der anstehenden Verschärfung und des nicht zu unterschätzenden zeitlichen Aufwands zur Ermittlung der notwendigen Daten für eine vollständige Selbstanzeige kann jedem Steuerpflichtigen, der den Weg zurück in die Steuerehrlichkeit sucht, nur empfohlen werden, schnellstmöglich zu handeln.



Wirtschaftsprüfung
Steuerberatung
Rechtsberatung
Corporate Finance &
Consulting

MULTIDISZIPLINÄRE BERATUNG AUS EINER HAND

RBS RoeserBroennerSusat gehört zu den führenden unabhängigen mittelständischen Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften Deutschlands.

Wir bieten unseren Mandanten mit rund 55 Partnern und 700 Mitarbeitern an zehn Standorten auch weltweite Prüfungs- und Beratungsdienstleistungen über unser internationales Netzwerk Moore Stephens.

Als Kapitalmarktpartner im Segment „mittelstandsmarkt“ der Börse Düsseldorf AG prüfen und beraten wir bei der Begebung von Unternehmensanleihen.

www.rbs-partner.de



RBS RoeserBroennerSusat GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft
WP/StB Sven Buchschatz
Gervinusstraße 15
60322 Frankfurt am Main
T +49 69 500 60-2180
E s.buchschatz@rbs-partner.de

Treffen Sie uns auf dem
**13. Mittelstandstag
FrankfurtRheinMain**
am 6.11.2014 in der
IHK Frankfurt am Main.



Von rechts: Markus Frank, Wirtschaftsdezernent, Stadt Frankfurt, Prof. Mathias Müller, Präsident, IHK Frankfurt, und Tarek Al-Wazir, hessischer Wirtschaftsminister.



Jürgen Vormann, Geschäftsführer, InfraserV Höchst.



Sven Schneider (l.), Geschäftsführer, Chemetall, und Theo Rennkamp (r.), Betriebsrat, Bayer CropScience.



Prof. Ute Stefan, Dozentin, ProVadis, und Dr. Frederik Tammen, Geschäftsführer, Planquadrat 4.



Markus Gurlitt (l.), Geschäftsführer, Bright Capital Management, und Herbert Klüber (r.), Persönlich haftender Gesellschafter, Neon-Klüber.

FRANKFURTER INDUSTRIEABEND

HARMONIESTÖRER ENERGIEWENDE

Die Industrie ist einer der wichtigsten Motoren in der Wirtschaft und trägt entscheidend zu Wohlstand und Stabilität in FrankfurtRheinMain bei. Damit dies so bleibt, wollen alle kräftig mitanpacken – wäre da nur nicht die Energiewende.

Den rund 140 Gästen des Industrieabends ist bewusst, dass Frankfurt zu den bedeutendsten Industriestandorten in Deutschland zählt. In FrankfurtRheinMain sind knapp 500 000 Erwerbstätige direkt oder indirekt im verarbeitenden Gewerbe beschäftigt. Zudem – und darauf machen alle Redner aufmerksam – ist die Industrie mit einem Anteil von 34 Prozent seit Jahren der größte Gewerbesteuerzahler in Frankfurt. Damit ist diese vielfältig vernetzte Branche nicht nur einer der wichtigsten Arbeitgeber, sondern zugleich ein Treiber der wirtschaftlichen Prosperität in der Metropolregion.

Dass diese Erkenntnis mehr und mehr ins Bewusstsein der Öffentlichkeit und der Medien dringt, ist sicherlich auch ein Verdienst der gemeinsamen Aktivitäten der IHK Frankfurt und der Stadt Frankfurt. IHK-Präsident Prof. Mathias Müller verweist in diesem Zusammenhang neben der Langen Nacht der Industrie vor allem auf den Masterplan Industrie. Mit Letzterem soll eine Strategie für die zukünftige Entwicklung der Industrie in Frankfurt erarbeitet werden.

Für Wirtschaftsdezernent Markus Frank besitzt die Industrie eine zentrale Bedeutung für die kommunale Handlungsfähigkeit. Die leistungsstarken industriellen Leitbranchen wie Chemie und Pharma, Fahrzeugbau und Elektrotechnik, qualifizierte Arbeitskräfte und

eine digitale Infrastruktur sind dabei die zentralen Erfolgsfaktoren. „Frankfurt ist ein wachsender Wirtschafts- und Industriestandort. Die Wachstumschancen der Industrie wollen wir nutzen“, so Frank. Doch kann die Industrie in Frankfurt dauerhaft nur erfolgreich sein, wenn die politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen stimmen. Wichtig ist insbesondere, dass die Industrie mehr Akzeptanz für ihren Standort und Projekte findet. Nicht zuletzt deshalb arbeitet Frank gemeinsam mit Unternehmen, Kammern und Verbänden am Masterplan Industrie.

Auch der Festredner des Abends, Hessens Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir, lobt die Bemühungen von Stadt und IHK, der Industrie am Standort Frankfurt eine langfristige Zukunftsperspektive zu geben. Ein Masterplan Industrie ist hierfür genau der richtige Ansatz. Daher strebt Al-Wazir auch eine Neubelebung der Diskussion um ein industriepolitisches Leitbild für Hessen an. Der Minister sieht die Industrie vor allem auch als Problemlöser für die Herausforderungen der Zukunft, vom demografischen Wandel über Verkehr und Mobilität bis hin zu Energie- und Ressourceneffizienz.

Damit die Industrie dieser Rolle auch gerecht werden kann, sichert er eine Wirtschaftspolitik der Landesregierung zu, die dazu beiträgt, die Innovationsfähigkeit der

Unternehmen zu stärken. So möchte er etwa Forschungs- und Entwicklungskooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen stärker unterstützen. Doch möchte er auch in Bildung und die Verkehrsinfrastruktur investieren sowie eine Willkommenskultur gegenüber ausländischen Fachkräften etablieren, um dem zunehmenden Fachkräftemangel zu begegnen.

Mit den Aussagen zu seinen industriepolitischen Schwerpunkten und seiner offen signalisierten Bereitschaft, zuzuhören, erntet Al-Wazir viel Sympathie. Die Podiumsteilnehmer geloben, bei diesen Themen an einem Strang zu ziehen und sich gegenseitig zu unterstützen. Um Beispiele, wo dies bereits heute gelingt, ist keiner verlegen – sei es bei der Regionaltangente West, dem Thema Ausbildung und Berufsorientierung oder der Energiewende. Damit fällt das Stichwort, mit dem sich die Harmonie plötzlich, doch nicht ganz unerwartet, eintrübt.

Zwar macht Al-Wazir deutlich, dass es ihm bei der Energiewende vordringlich um Einsparung und Effizienz geht und dann erst um die Erzeugung. Doch waren damit die Förderproblematik der Erneubaren und die stetig steigende EEG-Umlage angesprochen. Müller greift diesen Punkt auf und macht deutlich, dass sich die steigenden Energiekosten und die Angst um die Versorgungssicherheit beim Strom für viele Industriebetriebe mittlerweile zu einem echten

Standortrisiko entwickelt haben. Der momentan zu beobachtende Zickzackkurs der Politik sei nicht geeignet, diesen Eindruck zu entkräften. Jürgen Vormann, Geschäftsführer, InfraserV Höchst, mahnt in diesem Kontext eine „Politikfolgenabschätzung“ an: Die Politik müsse sich bei einem derartigen Großprojekt festgelegten Zwischenzielen unterwerfen, um sich rechtzeitig Fehlentwicklungen entgegenstemmen zu können. Der Minister lässt diesen Vorschlag unbeantwortet, verteidigt die Energiewende und versucht die Gemüter mit dem Hinweis zu beruhigen, dass die EEG-Umlage 2015 erstmals sinken wird.

Zum Abschluss erinnert der IHK-Präsident nochmals an die Lange Nacht der Industrie, die dieses Jahr zum vierten Mal in der Region stattfand: „Der Zuspruch war enorm: Rund 1 100 Teilnehmer besuchten 26 Industrieunternehmen.“ An diesen Erfolg werde die IHK Frankfurt am 25. Juni mit der nächsten Langen Nacht der Industrie anknüpfen. Müller rief die anwesenden Unternehmensvertreter der Industriebranche auf, sich daran zu beteiligen.



AUTOR
DR. THOMAS
STEIGLEDER
Stellvertretender
Leiter, Innovation
und Umwelt,
IHK Frankfurt
t.steigleder@
frankfurt-main.
ihk.de



SOCIAL MEDIA DAY

DIGITALER KULTURWANDEL

Mit mehr als 300 Teilnehmern fand im September die Premiere des Social Media Days in der IHK Frankfurt statt. Kleine und mittlere Unternehmen informierten sich über Strategien und Trends aus der Welt von Facebook, YouTube & Co.

Lorenzo Tural Osorio ist Social-Media-Berater aus Nürnberg. So weit, so gut. Er ist gerade einmal zwölf Jahre alt. Überrascht? Tural gehört zu einer Generation, die mit Computer im Kinderzimmer groß geworden ist, den sogenannten Digital Natives. Diese Generation unterscheidet nicht mehr zwischen realer und digitaler Lebenswelt. Sie befindet sich in einem permanenten Austausch mit anderen, ist weltweit vernetzt, immer online und hat damit Zugriff auf sämtliche Informationen. „Das Smartphone ist ihr Schweizer Taschenmesser“, so der Design Thinker und Sharing-Experte Daniel Bartel in seiner Keynote-Rede.

Aber die Unterschiede zu den vorherigen Generationen reichen viel weiter. Ging es im 20. Jahrhundert noch darum, möglichst viele Dinge zu besitzen, teilt man heute lieber das Auto, die Bohrmaschine und sogar Wohnung oder Büro. Ein Trend mit weitreichenden Folgen für die Wirtschaft. Es wird nicht mehr ohne Weiteres

konsumiert, und Werbung allein führt noch lange nicht zur Kaufentscheidung. Vielfach wichtiger sind heute die Erfahrungen, die andere Kunden mit einem Produkt oder einer Dienstleistung gemacht haben. Der Austausch in der Community, das heißt in sozialen Netzwerken, Foren und Bewertungsportalen, beeinflusst zunehmend die Kaufentscheidung.

Dies ergab auch eine aktuelle Umfrage. So vertrauten 72 Prozent der Befragten am ehesten anderen Personen (Edelmann Trust Barometer, 2014). Die direkte Einflussnahme der Unternehmen auf den Kunden sinkt demnach. Das Web ist „social“ geworden. Kunden fordern zunehmend den offenen Dialog auf allen Kanälen. So wünschen sich laut einer Studie 95 Prozent einen tiefergehenden Dialog mit Marken, und 92 Prozent möchten, dass Marken nach ihren Bedürfnissen fragen (brandshare, 2014). „Erfolgreiche Marken von heute überzeugen statt zu überreden“, sagte Bartel.

Aber wie schaffen es Unternehmen, authentisch, erfolgreich und in den richtigen Netzwerken zu kommunizieren? André Lapeln, business4brands Consulting, Duisburg, vergleicht das Social-Media-Marketing vieler Unternehmen mit einem Kaugummiautomaten: „Bei fehlender Strategie bleiben gute Inhalte ein Glücksspiel.“ Unternehmen sollten sich als Erstes über ihre Ziele klar werden, die sie mithilfe von Social-Media-Marketing erreichen wollen.

Der Branchenverband Bitkom machte in einer Umfrage folgende Ziele aus: die Steigerung des Bekanntheitsgrads (85 Prozent), gefolgt von der Positionierung der Mitarbeiter oder des Unternehmens als Experte (75 Prozent), Dialogbereitschaft zeigen (51 Prozent), Recruiting (48 Prozent) sowie Neukundengewinnung (47 Prozent). Den Kundenservice wollen lediglich 22 Prozent der Unternehmen verbessern (Bitkom, September 2014).

Ohne Ziele aber keine Messbarkeit des Erfolgs. Eine ausformulierte

Zielvorgabe könnte so zum Beispiel lauten: Wir möchten 70 neue Bewerber (konkretes Ziel) über unsere Facebook-Karriereseite (Zielobjekt), die auf unser definiertes Bewerberprofil zutreffen (Zielgruppe), in den nächsten sechs Monaten (Zeit) gewinnen.

Entscheidend ist nicht nur die Zielgruppe, sondern Unternehmen müssen sich vor allem auch die Frage stellen, ob sie über die entsprechenden Ressourcen verfügen, um eine Kommunikation in den sozialen Netzwerken am Laufen zu halten und Fans und Follower mit interessanten und mehrwertigen Inhalten zu bedienen. Denn YouTube-Videos, Fotos oder Blogartikel erfordern, wenn sie selbst produziert werden, Zeit und ein gewisses Maß an Kreativität und Know-how. Oder aber zusätzliches Budget, wenn hierfür Externe zum Einsatz kommen. Sind Unternehmen erst einmal drin in den sozialen Netzwerken, sollten sie wissen, was über sie gesprochen wird. Für das Monitoring in Blogs und Social-Media-Kanälen gibt es

nützliche Tools. Der Facebook-Werbeanzeigenmanager erweist sich als äußerst hilfreich, wenn es darum geht, das Zielgruppenpotenzial beziehungsweise die Reichweite auf Facebook zu ermitteln. Und gehen Unternehmen einmal die Themen aus, dann bieten sich Recherche-Tools an. „Werden bestimmte Schlagwörter im Branchenumfeld besonders häufig abgefragt, lohnt es sich, darüber nachzudenken, ob beispielsweise How-To-Videos für YouTube, Präsentationen für Slide-share oder Blogbeiträge erstellt werden sollten“, rät Lapehn. Der Keyword Planner eignet sich auch zur Bestimmung von Titel, Beschreibung und Tags einzelner Videos in YouTube. Ein weiterer Tipp des Social-Media-Experten: „Achten Sie bei der Kommunikation in sozialen Netzwerken darauf, dass Sie die Sprache des Kunden sprechen.“

Für ein erfolgreiches Social-Media-Marketing sorgt nicht zuletzt die reibungslose Organisation. Hier geht es darum, einen Verantwortlichen zu benennen oder ein Team zusammenzustellen, welches die Social-Media-Präsenz des Unternehmens professionell betreut. Der Social-Media-Experte rät zum Aufbau von sogenannten

FAQ- und Patenstrukturen. Dabei wird ein System entwickelt, mit dem der Social-Media-Beauftragte weitgehend selbstständig Kundenanfragen beantworten kann. Für darüber hinausgehende Fragen erfolgt eine enge Verzahnung mit den Fachabteilungen.

Bei allem Engagement müssen Unternehmen sich bei Facebook darauf einstellen, dass die organische Reichweite ihrer Seiten gegen null gehen wird. Wer nicht zahlt, wird nicht gesehen. Die Social-Media-Expertin Nicole Simon empfiehlt deshalb Unternehmen, auf ihrer Website mit Social Media Share Buttons zu arbeiten. Das hat den Vorteil, dass sich zum einen die Reichweite erhöht, da auch Nutzer Inhalte von Unternehmen teilen können, von denen sie noch kein Fan auf Facebook sind. Und außerdem: „Freunde wollen lieber von Freunden hören“, so Simon. Ihre Reichweite erhöhen Unternehmen zusätzlich durch die Nutzung der Veranstaltungsfunktion sowie durch das Schalten kostenpflichtiger Werbeanzeigen.

Eine weitere Möglichkeit, wie Unternehmen potenzielle Kunden im Social Web erreichen können, bietet die Kommunikation in Foren. Da diese sich meist auf ein ganz

bestimmtes Thema beschränken, sind die Diskussionen hochrelevant. Für Unternehmen bietet sich hier die Chance, mit fachspezifischem Wissen dem Kunden in einem frühen Stadium seines Kaufentscheidungsprozesses eine echte Hilfestellung zu geben. Insbesondere bei größeren Anschaffungen oder bei neuartigen Produkten sind Kunden häufig ratsuchend.

Aber auch Tipps zur richtigen Anwendung der Produkte oder Problembearbeitung sind Möglichkeiten, den Kunden über den Kauf hinaus weiter zu begleiten, so Hans-Peter Neeb, Cylaido Consulting, Friedrichsdorf. Neben dem vertriebsorientierten Ansatz bieten Foren noch einen weiteren Vorteil: Fragestellungen in Foren werden bei der Google-Suche meist gut gerankt. Wichtig dabei ist, dass Unternehmen glaubwürdig auftreten, das heißt, sie sollten Rat geben und individuell antworten. Auch der Absender muss erkennbar sein. Platte Werbung ist nicht erlaubt und auch Links sind nicht immer gern gesehen.

Ein weiterer wichtiger Trend ist die Verbreitung von Video Content. Aktuell erleben Webvideos einen Boom und bieten Unternehmen

eine neue Dimension, um Aufmerksamkeit im Web zu erzielen. Ob Erklär- oder Produktvideos, Video-Stellenanzeigen oder Unternehmensvideos, beinahe alles lässt sich in Bewegtbildbotschaften verpacken. Die rasante Zunahme mobiler Endgeräte begünstigt diese Entwicklung. Unternehmen sollten wissen, dass YouTube die zweitgrößte Suchmaschine ist und monatlich eine Milliarde Nutzer verbucht. Der YouTube-Papst Michael Praetorius, Noeo, München, rät Unternehmen, ihre Videos mit den richtigen Keywords und Video-Beschreibungen für die Google-Suche zu optimieren. Denn die generiert die meisten Views. Aber auch, wenn Unternehmen Radio-, Print- oder Plakatwerbung schalten, ist eine gute Auffindbarkeit ihrer Videos entscheidend. Ähnlich wie auf einer Website sind aber auch bei Webvideos die ersten Sekunden entscheidend. ■



AUTORIN
UTA NÜBL
Referentin,
BIEG Hessen,
Frankfurt
u.nuebl@frankfurt-main.ihk.de

Lange Nacht der Industrie 2015

Unternehmen können sich ab sofort anmelden / Frühbucherrabatt bis 12. Dezember

Auch im nächsten Jahr gibt es wieder viel Industrie zum Anfasseln: Am Donnerstag, 25. Juni, wird die ansonsten verschlossene Welt der Industriestätten in der fünften Langen Nacht der Industrie für rund 1.000 industriebegeisterte Besucher geöffnet. Schirmherr ist das hessische Wirtschaftsministerium.

Mit der Veranstaltung möchten die IHKs Darmstadt, Frankfurt, Gießen-Friedberg, Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern und Wies-

baden zusammenbringen, was zusammengehört – die Industrie als bedeutenden Wirtschaftsfaktor und die Bevölkerung vor Ort. Seit 2011 präsentieren sich Industrieunternehmen aus Frankfurt/Rhein/Main in der abendlichen Veranstaltung und gewähren Einblicke in ihre Technologien, Arbeitsprozesse und Produkte. In diesem Jahr beteiligten sich 24 Unternehmen, unter anderem aus der Luftfahrt, Elektrotechnik, Maschinen- und

Anlagenbau und Chemie; sie führten Besuchergruppen durch ihre Werke. Schüler, Studierende, Arbeits- und Ausbildungsplatzsuchende, Berufstätige vom Helfer bis zum Akademiker und allgemein interessierte Menschen erlebten spannende Industrieunternehmen und lernten attraktive Arbeitgeber und engagierte Ausbilder kennen. Unternehmen – vom Mittelständler bis zum Weltkonzern, von der bekannten Marke bis

zum Hidden Champion – können sich ab sofort zur Langen Nacht der Industrie 2015 anmelden. Anmeldeschluss für Unternehmen ist der 27. Februar (Frühbucherrabatt bei Anmeldung bis 12. Dezember). Infos und Kontakt: IHK Frankfurt, Innovation und Umwelt, Detlev Osterloh, Geschäftsführer, Telefon 069/2197-1219, E-Mail d.osterloh@frankfurt-main.ihk.de, Internet www.lange-nacht-der-industrie.de.



Flugzeugrumpf des chinesischen Passagierflugzeugs Comac C919 in der Montagehalle der Commercial Aircraft Corporation of China in Shanghai. Der Jungfernflug ist für nächstes Jahr geplant.

FOTO: PICTURE-ALLIANCE / DPA

SCHANGHAI

GEFRAGTER STANDORT

Noch immer gilt die Metropolregion Shanghai als wirtschaftliches Powerhouse von Festlandchina. Shanghai ist ein beliebter Standort deutscher Investitionen und Experimentierfeld für Wirtschaftsreformen.

Christoph Angerbauer, Chief Representative, German Industry and Commerce Greater China, Shanghai, lebt seit zwei Jahren in der Metropole – zusammen mit etwa 24 Millionen anderen Menschen. Von seinen Erfahrungen und Eindrücken berichtete er während der Infoveranstaltung „Shanghai“ am 21. August in der IHK Frankfurt.

In den vergangenen Jahren stieg die Bevölkerung Shanghais jährlich um circa 600 000 Menschen, obwohl die Geburtenrate mit 0,89 die niedrigste in ganz China ist. Die Lebenserwartung in der Stadt ist mit 82,47 Jahren hingegen sehr hoch. 24 Prozent der Bevölkerung sind bereits jetzt über 60 Jahre alt. Aufgrund des Platzmangels gibt es seit Jahren Beschränkungen für Pkws. Angerbauer berichtete vom Luxus eines eigenen Autos: Wer sich diesen leisten möchte (oder kann), muss

nicht nur ein Auto, sondern auch das Nummernschild kaufen. Ein solches kann nur im Rahmen einer Versteigerung erworben werden. Die Kosten betragen rund 10 000 Euro. Der Parkplatz schlägt ebenfalls mit einer vierstelligen Summe zu Buche.

Nach wie vor ist die Region um Shanghai das wirtschaftliche Powerhouse von Festlandchina. Im Jahr 2013 hatte die Metropole ein Handelsvolumen von mehr als 20,9 Milliarden Euro, das ist mehr als das deutsche Handelsvolumen mit Indien und Brasilien zusammen. Rund 50 Prozent aller in China investierten deutschen Unternehmen haben hier ihren Sitz; derzeit sind dies etwa 3 000.

Angerbauer hatte zudem die Ergebnisse des gerade veröffentlichten „Business Confidence Survey“ der Deutschen Auslandshandelskammer mitgebracht. Danach gab die große Mehrzahl

der deutschen Unternehmen an, dass China mittlerweile der bedeutendste Markt für sie sei. Der Export von China in andere Länder ist nachrangig. Größtes Problem vieler deutscher Unternehmen vor Ort sind nach wie vor alle Fragen rund um das Thema Personal. Ein weiteres akutes Thema sind die Probleme mit der Internetverbindung. Normalerweise sei das Internet in China wesentlich schneller als in Deutschland, so Angerbauer. Derzeit treffe das allerdings nicht zu, langsam nehme das Ganze geschäftsschädigende Ausmaße an. Ebenfalls spürbar ist die Anti-Korruptionskampagne der chinesischen Regierung, die wohl doch nachhaltiger geführt wird, als viele Unternehmer zunächst dachten.

Rainer Burkardt, Executive Counsel, Burkardt und Partner Rechtsanwälte, Shanghai, gab einen Ausblick in die Zukunft.

Er stellte in groben Zügen den Shanghai-Plan 2020 vor, der vier Branchen besonders fördern soll: internationales Finanzzentrum, internationales Logistikzentrum, internationales Handelszentrum und regionales Wirtschaftszentrum. Dafür wurden sieben Aufgaben für die Entwicklung der Wirtschaft identifiziert, darunter der Aufbau Dienstleistungswirtschaft, Smart City und Green City. Für Neuansiedlungen von Produktionsunternehmen bedeutet diese Politik künftig Restriktionen – und für bereits bestehende Unternehmen höhere Anforderungen oder sogar Standortverlagerungen.

Wie dieser Plan umgesetzt wird, lässt sich beim Thema Umweltverschmutzung gut beobachten: Um dieser Herr zu werden, wurden einige Unternehmen bereits umgesiedelt, darunter das staatliche Stahlunternehmen Baosteel. Es zog in die Provinz

Fujian. Burkardt sagte, diese Verlagerungen seien auch einer der Gründe, weshalb Bauland in den Provinzen Jiangsu oder Zhejiang bereits teurer geworden sei. Eine Standortalternative könnte künftig die Halbinsel Qidong sein, die nördlich der Yangzi-Flussmündung liegt. Dort wird gerade massiv die Infrastruktur ausgebaut und gleichzeitig eine neue Brücke errichtet. Sie verkürzt die Fahrtzeit vom Peoples Square im Zentrum Schanghais von fünf auf zwei Stunden.

Anschließend kam Burkardt auf die am 1. Oktober 2013 offiziell gegründete China (Schanghai) Pilot Free Trade Zone zu sprechen, die als Testfeld für die Wirtschaftstransformation dienen soll. Die Geschichte der Freihandelszone beginnt allerdings wesentlich früher: Die erste, die Schanghai-Waigaojia-Freihandelszone, wurde bereits 1990 gegründet. Später wurde sie mehrfach erweitert, im Jahr 2010 zum Beispiel um den Flughafen Pudong. Im vergangenen Jahr wurden die einzelnen Zonen (Waigaojiao FHZ, die Logistikzone, der Yangshang-Tiefseehafen und die Flughafen-Freihandelszone) zu einer 28,78 Quadratkilometer großen China (Schanghai) Pilot

Free Trade Zone zusammengelegt. Hier sollen Maßnahmen verwirklicht werden, um Chinas Reformen voranzubringen und Schanghai als internationales Wirtschafts-, Finanz- und Handelszentrum zu etablieren.

Allein in der ersten Woche wurden in der neuen Zone 14 000 chinesische und 38 ausländische Unternehmen gegründet – obwohl die Ziele für das dreijährige Pilotprojekt im Rahmenplan noch recht abstrakt sind. Die Zone hat ihren eigenen Gesetzgebungskörper, der nun innerhalb von zwei Jahren die entsprechenden Rahmenbedingungen setzen muss. Einige Vorteile liegen auf der Hand: Den Unternehmen in der Zone wird ein Vertrauensvorschuss gewährt. Sie erhalten dort zuerst eine Geschäftslizenz und können direkt mit den Geschäftstätigkeiten beginnen, während es im restlichen China andersherum ist.

Hinzu kommt, dass die Unternehmensregistrierung nur vier Tage dauert, statt wie im Rest von China durchschnittlich 40 Tage. Für bestimmte Branchen wie Finanzdienstleistungen oder kulturelle Dienstleistungen sollen die Bestimmungen gelockert werden. So sollen beispielsweise

einbehaltener Solidaritätszuschlag, wenn die für das Kalenderjahr 2013 abzuführende Lohnsteuer mehr als 4 000 Euro betragen hat.

Im Oktober 2014 einbehaltene Bauabzugsteuer (Abführung an das für den beauftragten Bauunternehmer zuständige Finanzamt; Infos online unter www.finanzamt.de).

Kommunale Steuern
Am 17. November 2014 werden Gewerbesteuer- und Grundsteuer-Vorauszahlung fällig.

FRANKFURTER AUSSENWIRTSCHAFTSKALENDER

Lieferantenerklärungen richtig ausstellen und anwenden

Montag, 17. November, IHK Frankfurt, 8.30 bis 16.30 Uhr, Telefon 0 69 / 21 97-15 06

China im Gespräch

Veranstaltungsreihe in chinesischer Sprache, Mittwoch, 19. November, Höchster Porzellanmanufaktur, Beginn 16 Uhr, Telefon 0 69 / 21 97-14 33

Global Mobility in Frankfurt-RheinMain – Willkommenskultur für internationale Fach- und Führungskräfte als Standortfaktor

Freitag, 21. November, IHK Frankfurt, 13 bis 18 Uhr, Telefon 0 69 / 21 97-14 36, Internet www.global-mobility-frm.de

Informationsveranstaltung Mongolei

Montag, 24. November, IHK Frankfurt, 10 bis 18 Uhr, Telefon 0 69 / 21 97-14 33

Markteinstiegsberatung Brasilien

Dienstag, 9. Dezember, IHK Frankfurt, 10 bis 15 Uhr, Telefon 0 69 / 21 97-15 06

What's New? Neuerungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht 2013/2014

Dienstag, 3. Februar, IHK Frankfurt, 14.30 bis 17.30 Uhr, Telefon 0 69 / 21 97-15 06

Weitere Infos und Anmeldung zu den Veranstaltungen online unter www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen.de. Die Teilnahme an den Veranstaltungen ist teilweise gebührenpflichtig.

Kreditauskunftsunternehmen in der Zone eigene Tochtergesellschaften gründen können – sonst sind nur Joint Ventures erlaubt. Allerdings gibt es keine klassischen Steuervergünstigungen oder andere monetäre Anreize, wie das früher in den Special Economic Zones der Fall war. Im Gegenteil, eine Ansiedlung in der Zone ist eher preisintensiv. Da die Flächen sehr begrenzt sind und die Nachfrage zu Beginn so hoch war, sind die Mieten exorbitant

gestiegen. Folglich ergibt sich für klassische Industrieunternehmen kein Vorteil durch eine Ansiedlung in der Schanghai-Waigaojia-Freihandelszone.



AUTORIN
SONJA M. MÜLLER
Director, China Competence Center, IHKs Darmstadt und Frankfurt
sonja.mueller@frankfurt-main.ihk.de

STEUERFÄLLIGKEITEN IM NOVEMBER

Staatssteuern

Am 10. November 2014 werden fällig: Umsatzsteuer- / Mehrwertsteuer-Vorauszahlung für den Monat Oktober 2014 der Monatszahler. Monatszahler ist jeder Unternehmer, dessen Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2013 mehr als 7 500 Euro betragen hat; Monatszahler sind auch solche Unternehmer, die ihre berufliche oder gewerbliche Tätigkeit im Jahr 2013 oder 2014 aufgenommen haben (Existenzgründer).

Im Oktober 2014 einbehaltene Lohn- und Kirchensteuer sowie

Seminare zu aktuellen Entwicklungen im Umsatzsteuerrecht und Steuerrecht

Im November und Dezember finden in der IHK Frankfurt zwei Infoveranstaltungen zu den Themen Umsatzsteuerrecht und Steuerrecht statt. Dort erhalten die Teilnehmer einen Überblick über die neueste Rechtsprechung, aktuelle Entwicklungen und Gesetzesänderungen im Umsatzsteuerrecht beziehungsweise im Steuer-

recht sowie einen steuerlichen Ausblick auf das Jahr 2015. Die Termine: Mittwoch, 26. November, Seminar „Aktuelle Entwicklungen im Umsatzsteuerrecht 2014/2015“; Donnerstag, 4. Dezember, „Aktuelle Entwicklungen im Steuerrecht 2014/2015“. Weitere Infos und Anmeldung online unter www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen.

SYMPOSIUM

LAW – MADE IN GERMANY

Die Rolle des deutschen Rechts und der deutschen Gerichtsbarkeit im internationalen Rechtsverkehr stand am 4. September im Fokus des Symposiums „Law – Made in Germany“. Veranstalter waren die IHK Frankfurt und der Deutsche Anwaltsverein.

Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Justiz sowie internationaler Anwaltschaft diskutierten während des Symposiums über die Möglichkeiten der Stärkung des deutschen Rechts als Standortvorteil. In seiner Begrüßungsrede unterstrich Thomas Metz, Staatssekretär im hessischen Justizministerium, dass die Stärken und Vorteile des deutschen Rechts auch international deutlicher hervorgehoben werden müssten. Häufig dominiere das anglo-amerikanische Common Law bei internationalen Verträgen oder bei juristischen Auseinandersetzungen sogar innerhalb Deutschlands das Rechtsgeschehen. Das führe zu geringerer Rechtssicherheit. Metz verwies auch auf die Bundesratsinitiative, Rechtsstreitigkeiten vor deutschen Gerichten in englischer Sprache zu führen, als einen wichtigen Schritt, das deutsche Recht zu stärken.

Als Vorsitzende des Ausschusses für Recht und Verbraucherschutz im Deutschen Bundestag begrüß-

te Rechtsanwältin Renate Künast die Anwesenden. Sie befürwortete ebenfalls die Stärkung des deutschen Rechts im internationalen Rechtsverkehr und forderte die Akteure auf, Vorschläge hierzu an den Rechtsausschuss zu übermitteln.

In seinem Impulsvortrag nannte Rechtsanwalt Prof. Hanns-Christian Salger die Hauptgründe, die für den Gerichtsstandort Deutschland sprächen: hohe Effizienz, Berechenbarkeit und die vorhersehbaren Kosten. Chefjustitiar Arne Wittig, Thyssen Krupp, verwies zudem auf eine Maßnahme, die in der Praxis öfter umgesetzt werden sollte: So könnten auch in internationale Verträge Regelungen des deutschen Rechts integriert werden, selbst wenn am Ende eine andere Rechtsordnung vereinbart werden sollte. Auch der Blick nichtdeutscher Juristen auf das deutsche Recht fiel positiv aus. Rechtsanwalt Dr. Ismail Esin, Istanbul, und Justitiar Michal Smejkal, ING-Lease, Prag, bekräftigten die Vorteile des deutschen Rechts, zum Beispiel bei deutsch-türkischen Verträgen.

In der anschließenden Podiumsdiskussion ging zunächst Prof. Ingeborg Schwenzer, Basel, auf das als neutral eingestufte und häufig in internationalen Verträgen gewählte schweizerische Recht ein. Sie warnte, dass auch dieses Rechtssystem unklare Normen enthalte und beispielsweise bei der Irrtumsanfechtung und der Sachmängelgewährleistung gegenüber dem deutschen Recht deutliche Schwachpunkte aufweise.

Es müssten noch große Anstrengungen unternommen werden, um das Marketingdefizit für das deutsche Recht auszugleichen, meinte Rechtsanwalt Dr. Volker Triebel. Längst überfällig sei auch die Reform des deutschen AGB-Rechts, sonst verliere das deutsche Recht im kaufmännischen internationalen Verkehr seinen Rang, so Rechtsanwalt Christian Steinberger, VDMA. Dr. Roman Poseck, Präsident des Oberlandesgerichts Frankfurt, erklärte für die Justiz, dass diese bereit sei, ihren Beitrag

zur Stärkung des deutschen Rechts zu leisten. Er verwies aber zugleich auf die Umsetzungsschwierigkeiten in der Praxis, beispielsweise bei der Einführung der englischen Sprache in Gerichtsverfahren. Prof. Stephan Wernicke, DIHK-Chefjustitiar, betonte, dass „Law – Made in Germany“ ein Markenzeichen Deutschlands sei und es auch künftig bleiben müsse. Eine Studie des DIHK belege, dass rund drei Viertel der international agierenden deutschen Unternehmen in Verträgen gerne häufiger deutsches Recht zugrunde legen würden. Die Unternehmen erhofften sich vor allem eine verständlichere und einfachere Vertragsgestaltung.



AUTORIN
CHRISTINE
SEITZ
Referentin,
Recht und Steuern,
IHK Frankfurt
c.seitz@frankfurt-main.ihk.de

WIRTSCHAFTSPRÜFUNG UND STEUERBERATUNG

WIRTSCHAFTSPRÜFER
STEUERBERATER
PARTNERSCHAFT mbB
GKRW

Rechnungswesen - Steuern - Finanzierung - Unternehmensplanung und -bewertung - freiwillige und gesetzliche Jahresabschlussprüfung

Praxistipps zur umsatzsteuerlichen Gelangensbestätigung: www.gkrw.de/downloads.html

60598 Frankfurt a.M.
Darmstädter Landstraße 110
Tel. 069 / 959640-0

Mail: kanzlei@gkrw.de

65779 Kelkheim
Lorsbacher Straße 3a
Tel. 06195 / 9793-21

www.gkrw.de

WP/StB Steffen Drögemüller - StB Thomas Kammandel *) - WP/StB Thomas Worm **)

*) Fachberater für internationales Steuerrecht

**) Fachberater für Vermögens- und Finanzplanung

ARBEITSRECHT

Arbeitsrechtskanzlei Groll & Partner

Rechtsanwälte & Fachanwälte für Arbeitsrecht



Peter Groll
 Ramona Groll
 Martin Müller
 Melanie Kopp
 Robert C. Lentzsch
 Katrin Schick

Neue Mainzer Straße 20 60311 Frankfurt am Main Tel.: 069 – 91 50 62 0 www.kanzleigroll.de

BAU- UND ARCHITEKTENRECHT

RECHTSANWALT WERNER LÖFFLER
 In der Au 25 · 61440 Oberursel
 Tel. 06054/9124-0 · www.anwaltskanzlei-loeffler.de

**Fachanwalt für
 Bau- und
 Architektenrecht**

Anzeigen-Hotline:
 069/420903-75
 verlag@zarbock.de

 **zarbockverlag**

INKASSO/WIRTSCHAFTSRECHT

Vertragsgestaltung und Verhandlung
 im In- und Auslandsgeschäft
 www.recht-hilfrich.de



elixir V
 Kanzlei für Unternehmer

elixir rechtsanwälte | marion & partner
 Falkenstein Straße 27
 60322 Frankfurt am Main
 Tel.: 069-95-52-91-91-0
 fragen@recht-hilfrich.de

Wir schulen Sie und Ihre Mitarbeiter bei Ihnen vor Ort im Unternehmen

- ✓ Kaufverträge
- ✓ Lizenzverträge
- ✓ Verhandlungsstärke
- ✓ Gefährliche Klauseln erkennen
- ✓ Forderungsbekämpfung
- ✓ Verhandlungsgewinnern schaffen

VERTRAGS- UND HANDELSRECHT

HÜLLEN & KOLLEGEN

RECHTSANWÄLTE IN FRANKFURT UND BERLIN

www.rae-huellen.de

- Sanierungsberatung
- Insolvenzrecht
- Forderungseinzug
- Vertragsrecht
- Handelsrecht
- Gesellschaftsrecht
- Immobilienrecht



Frankfurt a.M.
 Börsenplatz 7-11
 60313 Frankfurt a.M.
 Tel.: +49-69-91 30 84-0
 Fax: +49-69-91 30 84-56
 frankfurt@rae-huellen.de

Berlin
 Kurfürstendamm 61
 10707 Berlin
 Tel.: +49-30-88 71 49-10
 Fax: +49-30-88 71 49-49
 berlin@rae-huellen.de

KOMPETENZ IN FRANKFURT UND BERLIN

WEITER AUF KONSOLIDIERUNGSKURS

Der Frankfurter Magistrat hat einen Doppelhaushalt für 2015 und 2016 erarbeitet. In beiden Jahren des Doppelhaushalts stehen sich Erträge und Aufwendungen in Höhe von jeweils rund 3,4 Milliarden Euro gegenüber.



Frankfurt ist eine wirtschaftlich starke, zugleich aber soziale und familienfreundliche Stadt. Steigende Kinderzahlen und Zuzüge sind ein Zeichen für die Attraktivität Frankfurts. In Frankfurt haben heute bereits mehr als 700 000 Menschen aus über 170 Nationen ihren Lebensmittelpunkt, Jung und Alt fühlen sich in ihren Stadtteilen zuhause. Damit dies so bleibt, sind in den kommenden Jahren weiterhin verstärkt Investitionen in den Ausbau der Kinderbetreuung, die Bildung, die Verkehrsinfrastruktur und den Bereich Wohnen nötig.

In den vergangenen Jahren konnte in Großstädten und Metropolregionen ein Trend zu vermehrten Zuzügen verzeichnet werden. Dieser Trend wird anhalten. Als Deutschlands wichtigstes Finanz- und Dienstleistungszentrum ist Frankfurt eine der attraktivsten deutschen Städte. Eine wesentliche

Ursache für die Bevölkerungszunahme in Frankfurt ist die Entwicklung neuer Stadtteile und Wohnquartiere, wie Mertonviertel, Frankfurter Bogen, Am Riedberg oder Europaviertel. Zur Folge hat dies einen erhöhten Bedarf an städtischer Infrastruktur. Dies betrifft zunächst die Erschließung neuer Wohngebiete, einschließlich des öffentlichen Personennahverkehrs, aber auch zusätzliche Kinderbetreuungs- und Bildungseinrichtungen.

Mit den steigenden Einwohnerzahlen nimmt auch das Verkehrsaufkommen in der Stadt zu. Doch nicht nur das Wachstum Frankfurts, auch das des Umlands macht sich bemerkbar. Rund 340 000 Einpendler strömen werktags in die Stadt und verwandeln Frankfurt tagsüber in eine Millionenstadt. Angesichts dessen ist es besonders wichtig, weiterhin einen hoch qualitativen öffentlichen Personennahverkehr bereitzustellen.

Für dessen Förderung sind im Haushalt ordentliche Aufwendungen in Höhe von 56 Millionen Euro in 2015 und 59 Millionen Euro in 2016 eingestellt.

Eine komfortable und schnelle Anbindung soll auch den Bewohnern Frankfurts neuer Stadtquartiere nicht verwehrt werden. Frankfurts neue Stadtteile müssen nicht nur gebaut, sondern auch an das Verkehrsnetz angeschlossen werden. Für den Streckenneubau der S-Bahn zwischen dem Frankfurter Flughafen und dem Stadion mit der Station Gateway Gardens sind zurzeit im Haushalt 90 Millionen Euro geplant. Zudem sind für den Anschluss des Europaviertels an das U-Bahn-Netz im Haushalt zurzeit 229 Millionen Euro geplant.

Frankfurt ist insbesondere attraktiv für junge Familien, was sich auch an den hohen Geburtenzahlen ablesen lässt. Die Kindertagesstättenentwicklungsplanung geht davon aus, dass zum Beispiel die Anzahl der Kinder unter drei Jahren von knapp 22 000 in 2013 auf rund 24 000 in 2018 ansteigen wird. Dies wird sich in zukünftigen Jahren im gesamten Bildungsbereich bemerkbar machen, angefangen von der Kindertagespflege und den Kindertageseinrichtungen bis zu den Schulen.

Die Stadt unternimmt erhebliche Anstrengungen, um den Versorgungsgrad trotz steigender Kinderzahlen weiter zu steigern. So soll sich der Versorgungsgrad für Kinder unter drei Jahren von 37 Prozent in 2013 bis 2018 auf 49 Prozent verbessern. Für jedes Kind im Alter von drei Jahren bis

zum Schuleintritt soll ab 2016 ein Betreuungsplatz zur Verfügung stehen. 2013 lag der Versorgungsgrad in diesem Bereich noch bei 95 Prozent. Auch für Kinder im Grundschulalter soll der Versorgungsgrad von 52 Prozent in 2013 weiter ansteigen. 2018 soll er bei 57 Prozent liegen. Neben dem Platzausbau darf jedoch auch die Sanierung bestehender Kindertageseinrichtungen nicht vernachlässigt werden. Das Investitionsprogramm sieht im Bereich der Kindertageseinrichtungen von 2015 bis 2018 Investitionen von insgesamt 124,7 Millionen Euro vor.

Mit der finanziellen Absicherung des „Aktionsplans Schulen“ hat der Magistrat bereits mit dem Haushalt 2014 einen wichtigen Schritt hin zu einem besseren Lernumfeld für die Frankfurter Schüler getan. Inklusiv der Sanierung der Elisabethenschule, die zusätzlich zum Aktionsplan finanziert wird, stellt die Stadt insgesamt rund 173 Millionen Euro zusätzlich für die Schulen bereit.

Den finanziellen Schwerpunkt im laufenden Haushalt stellt der Sozialbereich dar. Durch die Finanzierung eines Zuschussbedarfs von 635 Millionen Euro in 2015 und 647 Millionen Euro in 2016 trägt die Stadt erheblich zu einem sozialen Ausgleich in der Bevölkerung bei. Dieser Zuschussbedarf wird bis 2018 auf voraussichtlich 664 Millionen Euro ansteigen. Dies zeigt, dass Frankfurt auch weiterhin Sorge für eine soziale Stadt trägt und allen die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben ermöglichen will. Niemand soll

aufgrund eines geringeren Einkommens ausgeschlossen werden.

Auch in diesem Jahr machen sich die strukturellen Reformen und die verantwortungsvolle Haushaltsführung des Magistrats bezahlt. Durch die bisher erfolgreich auf den Weg gebrachte Konsolidierung ist der Haushalt 2014 im Plan. Einen wichtigen Beitrag leistet hierbei die Reformkommission. Denn nur durch strukturelle Reformen wird die Zukunft Frankfurts sichergestellt und künftigen Generationen ein Handlungsspielraum ermöglicht. Hier leisten alle Bereiche ihren Beitrag. Die städtischen Strukturen werden weiterhin auf ihren Optimierungsbedarf im Bereich der inneren Organisation als auch im Bereich der Leistungsangebote der Stadt geprüft. Potenzial gibt es etwa im Bereich E-Government sowie Digitalisierung.

Trotz der großen Herausforderungen, denen die Stadt Frankfurt sich in den kommenden Jahren stellen muss, ist die Defizitentwicklung der früheren Haushalte deutlich abgebremst worden. Grund dafür ist eine deutlich ansteigende Einnahmensituation sowie die Umsetzung von Konsolidierungsmaßnahmen seit dem Haushalt 2012. Mit den bereits eingeleiteten Sparmaßnahmen und dank zusätzlicher Einnahmen hat der Magistrat es erreicht, dass das bisher vorhergesehene Defizit für 2015 und 2016 um insgesamt über 100 Millionen Euro reduziert werden kann und nun für 2015 bei rund 10,5 Millionen Euro und für 2016 bei rund 36,7 Millionen Euro liegt.

Doch die Rücklagen aus den ordentlichen Ergebnissen der Vorjahre wurden zu großen Teilen aufgebraucht. Nach dem Jahresabschluss 2013 belaufen sich die Rücklagen auf rund 339 Millionen Euro, nach der derzeitigen Planung werden sie zum Ende des Finanzplanungszeitraums 2018 auf knapp 104 Millionen Euro

schrumpfen. Sollte sich der bislang gute Kurs der Wirtschaft wider Erwarten nicht fortsetzen und sollten die Steuereinnahmen nicht so positiv verlaufen wie geplant, werden die Rücklagen deutlich früher aufgebraucht sein. Der Schuldenstand wird voraussichtlich von 1,8 Milliarden Euro in 2014 auf 2,6 Milliarden Euro im Jahr 2016 ansteigen.

Von einer Erhöhung der Gewerbesteuer ist dennoch abzuraten, denn diese wird auf längere Sicht nicht den gewünschten Effekt haben. Unternehmen werden den Wirtschaftsstandort Frankfurt verlassen und sich an anderer Stelle niederlassen. Dies führt dann zum gegenteiligen Effekt, nämlich geringeren Gewerbesteuereinnahmen. In diesem Jahr werden Gewerbesteuereinnahmen in Höhe von rund 1,5 Milliarden Euro, in den Jahren 2015 und 2016 von etwa 1,7 Milliarden Euro erwartet. Frankfurt ist für Unternehmen aufgrund seiner geografischen Lage sowie der vorgehaltenen Infrastruktur wettbewerbsfähig. Keine andere deutsche Großstadt mit einem Gewerbesteuerhebesatz von 460 Punkten kann solch hervorragende Standortfaktoren vorweisen.

Der Doppelhaushalt für die Jahre 2015 und 2016 steht für eine Politik der verantwortungsvollen Konsolidierung. Generationengerecht und nachhaltig ist die Haushaltsplanung der kommenden Jahre. Denn schon heute muss an die finanzielle Situation künftiger Generationen gedacht werden, um ihre Handlungsfähigkeit zu sichern. |



AUTOR
UWE BECKER
Stadtkämmerer,
Frankfurt
uwe.becker@
stadt-frankfurt.de

Immobilienwerbung und Wettbewerbsrecht

Donnerstag, 4. Dezember, 16 bis 18 Uhr, IHK Frankfurt

Kaum eine andere Branche ist derartig stark von Abmahnungen betroffen wie die Immobilienbranche. In der Werbung – ob in der Zeitung oder im Internet – machen Bauträger, aber auch Immobilienmakler und –verwalter häufig Fehler, die gegen das Wettbewerbsrecht verstoßen. Dabei erschwert die Vielzahl der einzuhaltenden Bestimmungen das tägliche Geschäft. Auch die Umsetzung der EU-Verbraucherrechterichtlinie sowie die Energieeinsparverordnung haben der Immobilienbranche weitere Neuerungen beschert. Das Risiko, teure Erfahrungen

mit dem deutschen Wettbewerbsrecht zu machen, ist damit weiter gestiegen. Die Veranstaltung soll Branchenvertretern helfen, Immobilienwerbung künftig fehlerfrei zu gestalten und gegebenenfalls richtig auf Abmahnungen zu reagieren. Referent ist Rudolf Koch, Immobilienverband Deutschland (IVD). Die Teilnahme kostet 60 Euro. Weitere Infos und Anmeldung online unter www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen. Kontakt: IHK Frankfurt, Recht und Steuern, Birgit Diehl, Telefon 0 69 / 21 97 – 13 13, E-Mail b.diehl@frankfurt-main.ihk.de.

Die GmbH-Geschäftsführung

Aufgaben, Rechte, Pflichten und Haftungsrisiken /
Dienstag, 25. November, 16 bis 19 Uhr, IHK Frankfurt

In der Beratungspraxis zeigt sich immer wieder, wie selten Geschäftsführer in neuer Position über den Umfang ihrer Rechte und Pflichten Bescheid wissen, obwohl sie vielfältigen Haftungsrisiken ausgesetzt sind. Dadurch können sie nicht nur sich selbst, sondern auch das zu führende Unternehmen in erhebliche Schwierigkeiten bringen. Die Veranstaltung soll GmbH-Geschäftsführern einen Überblick über die Aufgaben, Rechte und Pflichten der Geschäftsführung sowie praktische Tipps zur Erleichterung der täglichen Arbeit geben. Behandelt werden wichtige gesellschafts-, steuer-, sozialversicherungs- und insolvenz-

rechtliche Themen, aber auch mögliche Haftungsrisiken des Geschäftsführers, sei es vor Eintragung der Gesellschaft im Handelsregister, im Insolvenzfall oder bei Forderungen des Finanzamts und sonstigen Gläubigern. Referenten sind Dirk Langner, Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht, sowie Dr. Rüdiger Moog, Rechtsanwalt, Kanzlei Moog, Darmstadt. Die Teilnahme kostet 75 Euro. Weitere Infos und Anmeldung online unter www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen. Kontakt: IHK Frankfurt, Recht und Steuern, Birgit Diehl, Telefon 0 69 / 21 97 – 13 13, E-Mail b.diehl@frankfurt-main.ihk.de.

SPIEL MIT KONTRASTEN

Ein Gespräch mit Dieter Adelberger, Projektleiter, Jo. Franzke Architekten, Frankfurt, über die bauhistorische Bedeutung des IHK-Gebäudes, die Sanierung der denkmalgeschützten Hauptfassade und die Modernisierung der Innenräume.



FOTO: JOCHEN MÜLLER

Dieter Adelberger, Projektleiter, Jo. Franzke Architekten: „Bei der Sanierung und Modernisierung des Südflügels wollen wir Funktion und Ästhetik miteinander verbinden.“

Herr Adelberger, im März 1879 wurde das neue, gemeinsame Gebäude der Industrie- und Handelskammer sowie der Börse eingeweiht. Seinerzeit von Heinrich Burnitz und Oskar Sommer geplant, zählt es zu den historisch bedeutendsten Gebäuden Frankfurts. Was ist aus Ihrer Sicht als Architekt das Besondere an diesem Bauwerk?

ADELBERGER: Es ist eines der wenigen Gebäude in Frankfurt, die noch aus der wilhelminischen Zeit erhalten sind. Bauhistorisch ist es gleichrangig mit dem Hauptbahnhof und der Alten Oper. Die Hauptfassade zeigt Stilelemen-

te der italienischen Renaissance, gepaart mit Bauteilen wie Säulen, Obelisken oder Pilastern. Die Gesamtkomposition des Gebäudes ist allerdings nicht mehr ablesbar, weil die Seitenflügel abgerissen und durch formstrenge Neubauten ersetzt wurden. Schon das äußere Erscheinungsbild des IHK-Gebäudes ist sehr beeindruckend – aber der ehemalige Börsensaal mit 38 Metern lichter Höhe, umgeben von Arkadengängen mit Marmorsäulen, und einer glasbemalten Kuppel, muss vom Raumeindruck her gewaltig gewesen sein. Das lässt sich heute leider nicht mehr nachempfinden, weil die Kuppel bei

einem Bombenangriff im Zweiten Weltkrieg einstürzte und der Wiederaufbau allein unter dem Primat der Nutzbarkeit erfolgte.

Der Südflügel im Bereich der Mittelfassade wurde zuletzt Mitte der Achtzigerjahre saniert und umgebaut. Wie war die Ausgangssituation bei der Planung des aktuellen Bauprojekts?

ADELBERGER: In vielen Bereichen haben wir ein nicht mehr funktionierendes Gebäude vorgefunden. Das betraf nicht nur die historische Fassade, wo Natursteine abbröckelten, Skulpturen beschädigt oder alte Holzfenster undicht waren.

Auch im Innenbereich gab es deutliche Abnutzungserscheinungen, räumliche Anforderungen haben sich im Laufe der Jahre geändert, ebenso Baugesetze und Vorschriften. Daher bestand Handlungsbedarf in den Bereichen Haustechnik, Brandschutz, Arbeitssicherheit und Büroorganisation.

Jeder Bauherr weiß, dass es sowohl bei Neubauten als auch bei Sanierungen von Bestandsgebäuden unliebsame Überraschungen gibt. ADELBERGER: Die gab es auch bei unserem Projekt. Schon im Vorfeld war allen Beteiligten klar, dass erst nach Abriss der gesamten Verkleidungen die wirkliche Bausubstanz des IHK-Gebäudes beurteilt werden kann. Dass wir aber so viel Energie investieren müssen, um einen entkernten Rohbau herzustellen, damit hatten wir nicht gerechnet. Unter den Wand- und Deckenverkleidungen haben wir ein Sammelsurium von teilweise recht minderwertigen Bauformen und -materialien vorgefunden. Das ist sicherlich auch der Nachkriegszeit geschuldet, als es kaum Baustoffe gab. In den Sechzigern und Siebzigern wurden Bauteile eingebracht, die heutigen Standards nicht entsprechen.

Ändert sich das optische Erscheinungsbild des IHK-Gebäudes durch die Sanierung und Modernisierung?

ADELBERGER: Oberste Prämisse ist es, dass wir bei der Baumaßnahme dem IHK-Gebäude in seiner historischen Bedeutung gerecht werden. In der Architektur gibt es bei Bestandsbauten zwei Ansätze: Einmal den

IHK-JAHRESEMPFANG 2015

Bedingt durch die Baumaßnahme am Südflügel des IHK-Gebäudes findet der traditionelle IHK-Jahresempfang diesmal nicht im Januar statt, er wird auf Ende Mai/Anfang Juni verlegt. Der Termin wird im IHK WirtschaftsForum bekannt gegeben.

rekonstruierenden Ansatz, den wir aber aufgrund der vorgefundenen baulichen Situation nicht verfolgen konnten. Damit blieb der kontrastierende Ansatz. Mit einer optisch reduzierten, aber klaren Formensprache wollen wir einen ansprechenden Kontrast zum Bestand herstellen.

Gab es Auflagen des Amts für Denkmalschutz?

ADELBERGER: Der Denkmalschutz war und wird in alle Projektphasen miteinbezogen. Auflage war unter anderem eine restauratorische Voruntersuchung im Inneren des Gebäudes. Offensichtlich hatte man die Hoffnung, dass sich im Umfeld des Börsensaals noch Wandmalereien aus dem 19. Jahrhundert befinden. Aber außer einem Gipsfries aus den Zwanzigern, das historisch nicht wertvoll ist, und Tapeten aus den Fünfzigern wurden keine Relikte aus alter Zeit gefunden. Die Abstimmung mit dem Denkmalamt betraf beispielsweise die Art und Weise der Natursteinsanierung, aber auch die Auswahl der Markisen. Nur die Farbgebung im Flur des Kreuzgewölbes muss noch abgestimmt werden. Da alle wesentlichen offenen Punkte inzwischen geklärt sind, haben wir nun Sicherheit für die weiteren Planungen und die Ausführung der Gewerke.

Das Hauptaugenmerk der Denkmalschützer lag auf den neuen Fenstern. Wie stellt sich die Fensterfront der Hauptfassade nach der Sanierung optisch dar?

ADELBERGER: Im Südflügel waren Fensterkonstruktionen aus verschiedenen Epochen verbaut, die Mängel beim Wärme- und Schallschutz aufwiesen und nicht denkmalgerecht waren. Zu Hilfe kam uns die

Burnitz-Ausstellung im Historischen Museum. Sie zeigte ein großformatiges, altes Bild dieser wunderbaren Fassade. Anhand dessen konnten wir die ursprüngliche Fensterteilung weitgehend rekonstruieren. Das Denkmalamt forderte zunächst, dass die neue Fenster- und Türenanlage in Holz gefertigt sein sollte. Doch das hätte zu einer immensen Verteuerung des Gewerks geführt. Wir haben einen guten Kompromiss gefunden: Es werden zweifarbige Metallfenster eingebaut, wobei sich die Sprossenteilung am historischen Vorbild orientiert.

Bei der Baumaßnahme werden auch Nutzflächen neu gegliedert. Können Sie das am Beispiel des zweiten Obergeschosses, wo sich die Büros des Präsidenten und des Hauptgeschäftsführers befinden, erläutern?

ADELBERGER: Auf dieser Ebene, die eine stark repräsentative Funktion hat, haben wir die größten Mängel hinsichtlich Brandschutz sowie Haus- und Sicherheitstechnik vorgefunden. Auf der Geschäftsführungsebene haben wir die Grundrisse neu organisiert. Die Büroorganisation erfolgt künftig über die zentrale Anlaufstelle der Sekretariate für den Präsidenten und den Hauptgeschäftsführer. Dort angegliedert sind die Büros der Mitarbeiter, die über Verbindungstüren untereinander oder über den Flur erreichbar sind. Der Flur ist als verbindendes Element inszeniert, er bekommt dadurch einen höheren Stellenwert. Es werden Türen mit transluzenten Glasseiteanteilen eingebaut, sodass mattes Tageslicht in den Flur ausstrahlt. Die Türen werden auf beiden Seiten des Gangs vereinheitlicht, sodass durch diese vertikale Gliederung der Flur

mitsamt dem Kreuzgewölbe in seiner kathedralenartigen Wirkung betont wird. Wir wollen diesen optischen Eindruck durch ein passendes Farb- und Lichtkonzept noch verstärken.

Ein zentraler Bereich ist die Ausbildungsberatung. Was ändert sich dort?

ADELBERGER: Die Ausbildungsberatung ist erste Anlaufstelle für viele Jugendliche und somit auch Visitenkarte der IHK Frankfurt. Die vorgefundene Architektur entsprach aber nicht der Aufgabe dieser Räume. Es gab dort enge Zellenbüros, die Mitarbeiter hatten nur ein kleines, viertelkreisförmiges Fenster als Ausblick. Künftig wird es in diesem Bereich ein Gruppenbüro geben, das mit Kommunikationszonen und einer offenen Anordnung der Arbeitsplätze einladend wirken soll. Zudem gibt es einen abgetrennten Raum für vertrauliche Besprechungen. Die Tageslichtausbeute wird über ein bogenförmiges Oberlicht und Lichtkuppeln maximiert. Die Assoziation zu den halbrunden Fassadenfenstern ist bewusst hergestellt.

In der IHK Frankfurt finden jährlich rund 6000 interne und externe Veranstaltungen statt. Wie sind die Konferenzräume in das Konzept einbezogen?

ADELBERGER: Unser Ziel war es, bei den Veranstaltungsräumen nicht nur Fläche zu gewinnen, sondern auch den Nutzwert zu erhöhen. Dies betrifft insbesondere Aspekte wie Beleuchtung, Präsentationstechnik und Raumakustik. Im zweiten Obergeschoss werden wir zudem mehrere Büroräume in einen flexibel nutzbaren, neuen Veranstaltungsraum umwandeln.

Wie wird das Treppenhaus gestaltet?

ADELBERGER: Mit dem Treppenhaus wollten wir zum einen dem repräsentativen Charakter der Zugänge zu den Veranstal-

tungsräumen gerecht werden. Zum anderen wollten wir eine gestalterische Klammer schaffen zwischen den modernisierten Bereichen des historischen Mitteltrakts und den Räumen des Westflügels, deren räumliche Neuorganisation oder Sanierung vielleicht auch noch eines Tages in Angriff genommen wird.

Nachhaltigkeit ist derzeit ein großes Thema. Was bedeutet Nachhaltigkeit bei einem 135 Jahre alten, denkmalgeschützten Gebäude wie der IHK Frankfurt?

ADELBERGER: Der Begriff Nachhaltigkeit ist inzwischen etwas abgegriffen. Betrachtet man ihn hingegen ganz konservativ, entsteht im Bereich der Architektur Nachhaltigkeit dort, wo etwas hergestellt wird, das sich nicht sofort verbraucht, sprich Qualität. Unabhängig von energetischen Optimierungen eines Bauwerks, berücksichtigt nachhaltige Architektur immer auch die Funktionalität des Innenausbaus. Da es sich bei der Industrie- und Handelskammer um ein Bestandsgebäude handelt, konnten wir nur nachjustieren und, wo möglich, ein Optimum entsprechend den heutigen Standards herstellen. Als Glücksfall für Frankfurt wurde das Gebäude schon bei seiner Einweihung bezeichnet, nicht zuletzt auch wegen des gelungenen Miteinanders von funktionalen und repräsentativen Aspekten. Genau dies möchten wir bei der Sanierung und Modernisierung des Südflügels mit unserer Architektur ebenfalls erreichen – die Verbindung von Funktion und Ästhetik. |



INTERVIEW
PETRA MENKE
 Chefredakteurin,
 IHK Wirtschafts-
 Forum, Unterneh-
 mermagazin der
 IHK Frankfurt
 p.menke@frank-
 furt-main.ihk.de

DR. PETER BARTMANN (1883–1964)

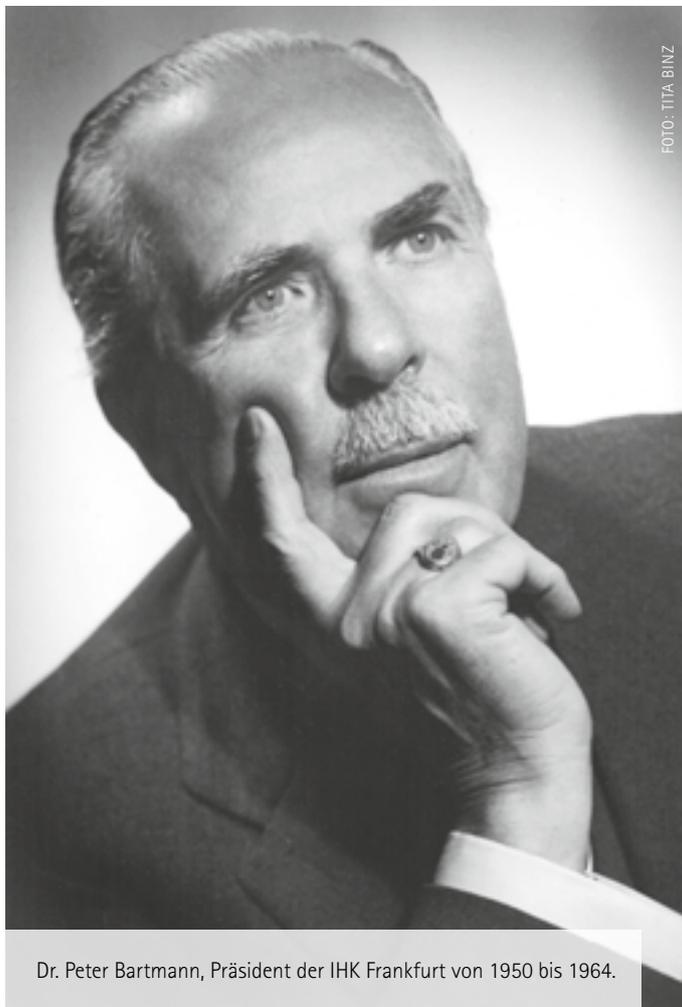
EINE GROSSE PERSÖNLICHKEIT

Am 8. November jährt sich der Todestag von Dr. Peter Bartmann, Präsident der IHK Frankfurt von 1950 bis 1964, zum 50. Mal. Der Bankier und IHK-Ehrenpräsident hat sich große Verdienste um den Wiederaufbau der Frankfurter Wirtschaft und der Alten Oper erworben.

„Einer der letzten alten Frankfurter“, „Ein guter Bürger dieser Stadt“: So titelten Frankfurter Tageszeitungen anlässlich des Todes von Dr. Peter Bartmann am 8. November 1964. Der Name des ehemaligen IHK-Präsidenten und Ehrenpräsidenten steht für den traditionellen Frankfurter Bürgersinn. Untrennbar ist sein Name vor allem mit dem wirtschaftlichen und kulturellen Wiederaufbau Frankfurts nach dem Zweiten Weltkrieg verbunden.

Geboren wurde Peter Bartmann 1883 auf dem Bartmannshof in Frankfurt, wo er seine Kindheit und Jugend verbrachte. Seine Faszination galt neben Konzert- und Theaterbesuchen dem Tennis. Oft fuhr er mit dem Fahrrad bis nach Bad Homburg, um dort Turniere zu verfolgen. Bartmann spielte aber auch selber erfolgreich Tennis, 1907 wurde er im Herren-Einzel sogar deutscher Meister.

Während seines rechtswissenschaftlichen Studiums besuchte er unter anderem die Universitäten in Lausanne und Heidelberg, seine Promotion schloss er in Leipzig ab. 1912 heiratete er Marga Hahn, die Tochter des Frankfurter Bankiers Ludwig A. Hahn. Ein Jahr später trat er in die Privatbank des Onkels seiner Frau, Ernst Wertheimer und Co., ein. Im Ersten Weltkrieg diente er von 1914 bis 1918 als Hauptmann und kehrte verwundet in seine Heimatstadt zurück. Nach dem Krieg blieb er als Partner bei Wertheimer und Co. und avancierte 1933 zum



Dr. Peter Bartmann, Präsident der IHK Frankfurt von 1950 bis 1964.

Vorstandsmitglied der Deutschen Effecten- und Wechsel-Bank. Als sein Schwiegervater, Ludwig A. Hahn, in 1934 auswandern musste, wurde er gebeten, die Direktion der Deutschen Effecten- und Wechselbank, vormals L.A. Hahn, zu übernehmen. Trotz großer Schwierigkeiten gelang es ihm, das Bankhaus durch die Zeit des Nationalsozialismus zu retten.

Aufgrund seiner aufrichtigen Haltung während des Nazire-

gimes, der tiefen Verwurzelung in der Frankfurter Bürgergesellschaft und seiner Qualifikationen als Bankier war Bartmann bei der damaligen US-Militärregierung als Gesprächs- und Verhandlungspartner hoch geachtet und in den Frankfurter Bürgerrat berufen worden. Folglich schien Bartmann auch prädestiniert, das höchste Ehrenamt der IHK Frankfurt zu übernehmen. Nachdem er seit 1947 zunächst Vizepräsident war,

wählte die Vollversammlung den Frankfurter Bankier 1950 zum Präsidenten. Die Geschicke der IHK Frankfurt lagen ihm während seiner 14-jährigen Präsidentschaft mindestens ebenso am Herzen wie seine Verpflichtungen in der Bank, die er nach dem Krieg ebenfalls aus den Trümmern wieder errichtet hatte.

Bartmann trat bescheiden, in der Sache jedoch entschieden auf. Er war ein diplomatischer und ruhiger Mensch, wodurch er mit viel Geschick bei der US-Militärregierung den Abbau von wirtschaftlichen Beschränkungen erreichen konnte. Im Auftrag der Besatzungsmacht war er Mitglied der Kommission zum Wiederaufbau des Bankenwesens und der hessischen Wirtschaft.

Sein Verständnis für internationale Beziehungen und seine Weitsicht zeigten sich nicht nur in der Befürwortung des Flughafenbaus, sondern auch beim Aufbau der Deutsch-Französischen und Deutsch-Schweizerischen Handelskammer. Durch seine Initiative wurde 1963 von der IHK Frankfurt der Marshall-Brunnen gestiftet, zum Gedenken an den 1959 verstorbenen amerikanischen Außenminister Georg C. Marshall und als Zeichen der Dankbarkeit für dessen Marshallplan und die damit verbundenen humanitären und wirtschaftlichen Hilfeleistungen für Europa. Dieser Brunnen hatte auch symbolischen Charakter – immerhin war dieses Ereignis der amerikanischen Regierung so wichtig, dass sie

der zur Einweihung anreisenden Witwe Marshalls die Airforce One, das Flugzeug des Präsidenten, zur Verfügung stellte.

Als Privatmann war Bartmann ein ausgeprägter Familienmensch. Er nahm sich jeden Tag Zeit, mittags gemeinsam mit der Familie zu essen. Als sportbegeisterter Mensch war er Eintracht-Fan und regelmäßig im Waldstadion anzutreffen. Zuhause hoffte die Familie dann stets auf einen Sieg der SGE – denn wenn die Eintracht verlor, stand es um die Laune des ansonsten ausgeglichenen Bankiers nicht zum Besten. Zu einer Zeit, als Fernseher für die meisten Frankfurter noch unbezahlbar waren, kaufte Bartmann anlässlich der Fußballweltmeisterschaft 1954 sein erstes TV-Gerät. Er stellte es aber nicht im heimischen Wohnzimmer auf, sondern im Foyer der Bank. Dort konnten dann alle Angestellten das Wunder von Bern live mitverfolgen.

Gleichermaßen intensiv war Bartmanns Interesse auch für karitative und kulturelle Belange. Als sich im zerbombten Frankfurt schon 1945 das kulturelle Leben wieder regte, nahm auch die Oper ihren Spielbetrieb wieder auf. Die Industrie- und Handelskammer hatte hierfür den Saal der Getreidebörse zur Verfügung gestellt. Bartmann, dessen Liebe der Musik galt, spielte selbst gerne nach einem langen Arbeitstag auf seinem Steinway. Allerdings war es für ihn Ehrensache, seinen kostbaren Flügel in der Nachkriegszeit für Konzerte im Börsensaal der IHK zur Verfügung zu stellen.

Ein besonderes Herzensanliegen war ihm der Wiederaufbau der im Krieg zerstörten Oper. Er gehörte zu den Ersten, die sich unermüdlich für den Erhalt und den Wiederaufbau der Opernhausruine aussprachen und öffentlich einsetzten. Sein

Nachfolger im IHK-Präsidentenamt, Fritz Dietz, führte die Initiative fort.

Tatkräftig setzte Bartmann sich für die Neugründung des Patronatsvereins der Frankfurter Städtischen Bühnen ein und übernahm auch den Vorsitz. Der Bankier war außerdem Mitglied im Verwaltungsrat des städtischen Waisenhauses und im Vorstand des Clementinhospitals, Beiratsmitglied des Vereins der Freunde und Förderer der Goethe-Universität und im Vorstand des chemotherapeutischen Forschungsinstituts Georg-Speyer-Haus.

Sein überragendes Wirken zum Wohl seiner Heimatstadt fand Würdigung in zahlreichen Ehrungen und Auszeichnungen. Für sein langjähriges Engagement erhielt er anlässlich seines 70. Geburtstags 1953 die Ehrenplakette der IHK Frankfurt. Die Ehrenurkunde beschreibt ihn als eine Persönlichkeit, die allezeit bestrebt sei, „in wahrhafter Verkörperung echten Bürgertums allen vom Schicksal und der Zeitnot Betroffenen zu helfen“. Nachdem Bartmann aus Altersgründen in 1964 von seinem Amt zurücktrat, ernannte ihn die IHK-Vollversammlung als Zeichen ihrer Wertschätzung zum Ehrenpräsidenten. Ihm wurden aber auch andere hohe Ehrungen zuteil: 1953 erhielt er die städtische Ehrenplakette und 1954 den eigens für ihn entworfenen Goldenen Ring der Stadt Frankfurt. Anlässlich seines 80. Geburtstags wurde Bartmann mit dem Großen Verdienstkreuz mit Stern der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet.



AUTORIN
SOPHIE PLATZ
Praktikantin,
Unternehmens-
kommunikation,
IHK Frankfurt
p.menke@frank-
furt-main.ihk.de



FOTO: PRIVAT

25 Jahre Sushimoto

Am Juni feierte Mitsunori Sakamoto das 25-jährige Bestehen seines japanischen Spezialitätenrestaurants Sushimoto in der Konrad-Adenauer-Straße 7, Frankfurt. Sakamoto absolvierte eine langjährige, fundierte Ausbildung in einem der traditionellen Sushi-Lokale von Tokio und perfektionierte im Laufe der Jahre seine Technik. In seinem Restaurant in den Arabella-Pas-

sagen bietet er traditionelle japanische Speisen und Teppanyaki an. Dabei werden die Speisen vor den Augen der Gäste auf einer heißen Platte zubereitet. Da Sakamoto das traditionelle japanische Küchenhandwerk in Perfektion beherrscht und hochwertige Zutaten verwendet, hat das Restaurant Sushimoto eine große internationale Stammkundschaft.



HEINZ GERO DUHME GMBH

Verpackungen aus Glas und Kunststoff

Friedrich-Kahl-Straße 17
Telefon: 069 / 78 09 66
info@duhmegmbh.de

D-60489 Frankfurt am Main
Telefax: 069 / 78 10 07
www.duhmegmbh.de

125 Jahre August Burck

Die Kartonagenfabrik August Burck wurde im Jahr 1889 in Frankfurt als Hersteller von Transportverpackungen von dem Kaufmann August Burck gegründet. Bestand das Kartonnagensortiment anfangs noch hauptsächlich aus Grau- und Vollpappe, werden heute alle Sorten von Wellpappe nach Kundenwunsch zu maßgeschneiderten Verpackungen verarbeitet. 1960 erfolgte die Übernahme von August Burck durch die Unternehmerfamilie Siemens, die dadurch ihr Angebot von Verpackungsmaschinen und -material um den Bereich Kartonagen erweiterte. 1965 fand der Umzug nach Oberursel statt.

Dort verfügt die Firma über 4 500 Quadratmeter Produktions- und Lagerfläche. 1980 wurde die Firma Kiessler Pappen, Oberursel, zur Erweiterung des Sortiments um den Bereich der Buchbinderpappen übernommen. Seit mehr als 15 Jahren werden zusätzlich Verkaufsdisplays sowie Verpackungen mit individueller Bedruckung hergestellt, um angesichts des wachsenden Onlinemarkts Alleinstellung und Qualität der Ware anhand der äußeren Gestaltung auf den ersten Blick kenntlich zu machen. Inzwischen hat die dritte Generation die Geschäftsführung übernommen. Das Unternehmen beschäftigt momentan 20 Mitarbeiter. |

HANDELSRICHTER

Der Präsident des Landgerichts Frankfurt am Main hat auf gutachterlichen Vorschlag der Industrie- und Handelskammer Frank Behrends ab 15. September 2014 für fünf Jahre zum Handelsrichter bei dem Landgericht Frankfurt am Main ernannt. Die Entscheidungen

der Kammern für Handelssachen ergehen in aller Regel schnell und praxisnah, da sich der juristische Sachverstand des Vorsitzenden Richters und die kaufmännischen Erfahrungen der Handelsrichter in wirtschaftlichen Streitigkeiten ergänzen.

DIENSTJUBILÄEN IM NOVEMBER

45 Jahre

Gerhard Urmann, **Deutscher Fachverlag**, Frankfurt

30 Jahre

Joachim Göbel, **Alcoa Fastening Systems Fairchild Fasteners Europe – Camloc**, Kelkheim

35 Jahre

Carlo D'Antoni, **Müller & Co**, Schmitten

25 Jahre

Bernd Schmidt, **Poly-clip System**, Hattersheim

Melanie Disser, **Hallesche Krankenversicherung auf Gegenseitigkeit**, Frankfurt

Hatidza Ahmetagic, Heidi Gantowsky, Holger Steinke-Timmermann, **Galeria Kaufhof**, Frankfurt

Volker Knobloch, Olaf Oestreich, **Samson Mess- und Regeltechnik**, Frankfurt

Sabine Barthmann, Holger Reuschling, **Commerzbank**, Frankfurt

Manfred Kreidel, **Müller & Co**, Schmitten

Martin Henning, **BNY Mellon Service Kapitalanlage-Gesellschaft**, Frankfurt

Isabell Kleindienst, **Deutscher Fachverlag**, Frankfurt
Brigitte Seidenschwann, **Sparda-Bank Hessen**, Frankfurt
Dr. Jörg Jäger, **Dresdner Bank und Commerzbank**, Frankfurt

20 Jahre

Frank Schilling, **Albin Stapf**, Frankfurt



FOTO: WOLFGANG ZEYEN

Ernst-Schneider-Preise verliehen

Im größten deutschen Wettbewerb für Wirtschaftspublizistik, dem von den IHKs ausgeschriebenen Ernst-Schneider-Preis, sind am 6. Oktober in Leipzig die Preise verliehen worden. Mehr als 400 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Medien verfolgten auf Einladung der drei sächsischen IHKs die Preisverleihung in der Media City Leipzig. Sie sahen eine glänzend aufgelegte Fernsehmoderatorin Maybrit Illner, die durch den Abend führte. Illner gelang es, die unterschiedlichen Beiträge der Autoren inhaltlich zu verknüpfen. „Reden wir nicht immer vom Wandel“, fragte sie, „und davon, die folgenreichen Umbrüche in der Wirtschaft den Menschen zu erklären“. Die Artikel, Hörfunkstücke und Filme thematisierten technische Veränderungen, Digitalisierung und fortschreitende Globalisierung. 27 Beiträge waren nominiert. Die besten überzeugten durch großartige Recherchen, kluge Einordnung und originelle Erzählideen. Illner rief prominente Laudatoren auf die Bühne, die in den Jurys gearbeitet hatten und die Entscheidungen begründeten, unter anderem die Intendantin des MDR, Prof. Karola Wille, und den Intendanten von Radio Bremen, Jan Metzger. Hans Leyendecker, der große investigative Zeitungsjournalist, zeichnete die Gewinner der überregionalen Printmedien aus. Die Chefin von Phoenix, Michaela Kolster, würdigte die Preisträger in der Kategorie Große Wirtschaftssendung. Die

Gewinner des Journalistenpreises der deutschen Wirtschaft hatten sich gegen rund 1000 Mitbewerber durchgesetzt. Weitere Infos online unter www.ernst-schneider-preis.de.

Die Preisträger 2014

■ **Wirtschaft Online:** Nadine Oberhuber, Marlies Uken und Sascha Venohr, „Dispo-Projekt“, Zeit Online

■ **Wirtschaft in regionalen Printmedien:** Tiemo Rink, „Die Spuren der Arbeit“, Der Tagesspiegel

■ **Wirtschaft in überregionalen Printmedien:** Anita und Marian Blasberg, „Warum muss Joy hungern?“, Zeit

■ **Förderpreis für Nachwuchsjournalisten:** Antonia Bauer, „Dein Spiegel“

■ **Hörfunk Kurzbeitrag:** Martina Meißner, „1863: Gründung der Farberwerke Hoechst“, WDR

■ **Hörfunk Große Wirtschaftssendung:** Lorenz Rollhäuser „Shoppin in China – Afrikanische Händler in Guangzhou“, NDR/SWR

■ **Fernsehen Kurzbeitrag:** Ines Ziglasch und Elisa Kern, „Lehringsbootcamp“, MDR

■ **Fernsehen Große Wirtschaftssendung:** Jo Schück, Peter Ruppert und Michael Stropfen, „Flucht in die Karibik – Die Steuertricks der Konzerne“, ZDF

■ **Technik: Preisteilung:** Sönke Gäthke „Von AC zu DC. Auf dem Sprung ins Gleichstromzeitalter“, Deutschlandfunk, und Katharina Prokopy „Die gestrickte Bandscheibe – Erfolg mit neuen Textilien“, SWR Fernsehen

V·E·R·L·A·G·S FOCUS

11 | 2014



Fahrzeugnachrüstung

Die Vorteile
einer Standheizung Seite II



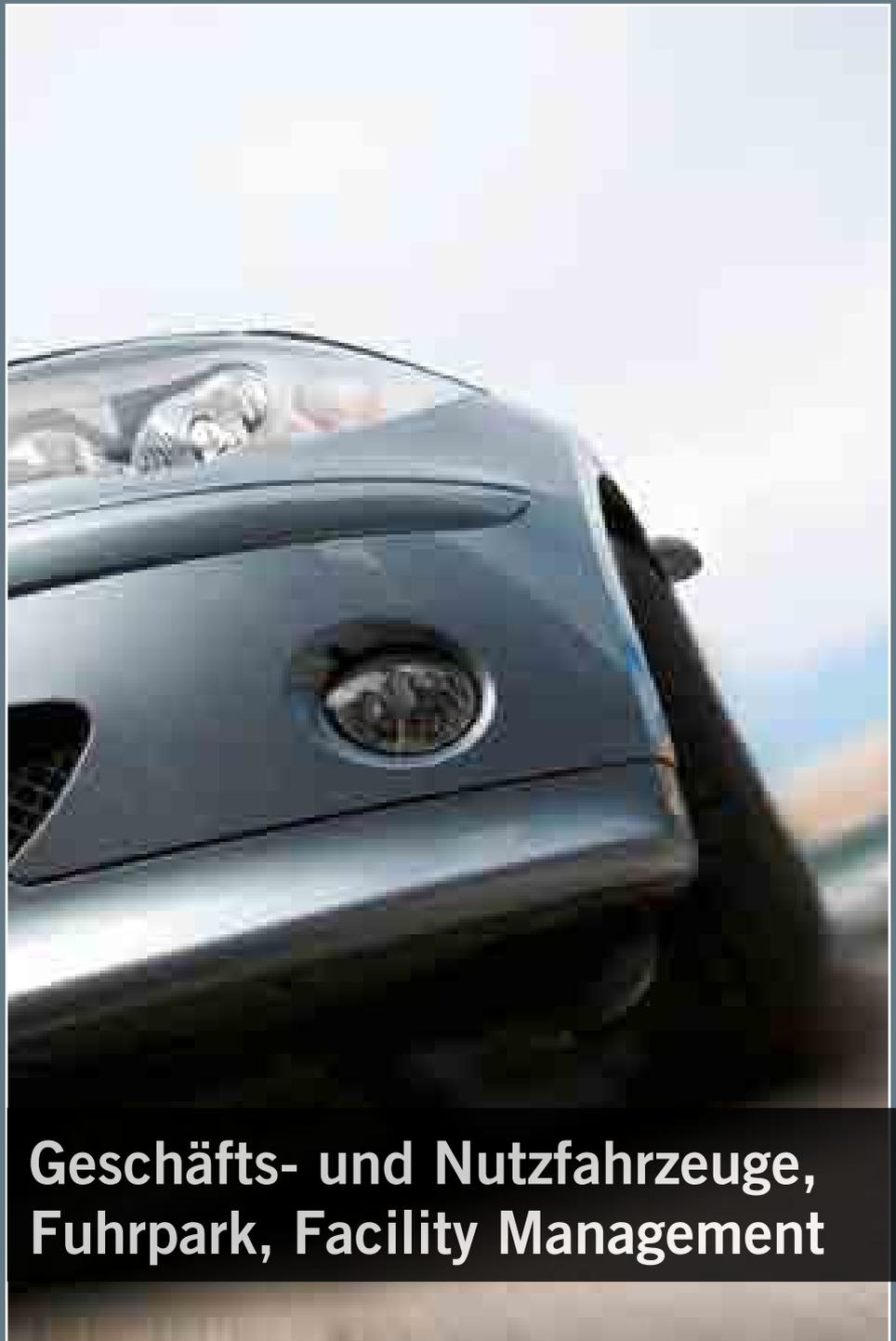
Messe und Kongress

Die Fachmesse
Facility Management
2015 lädt ein Seite VII

Impressum:

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG,
Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main,
Telefon 069/420903-75
Die Textbeiträge in diesem Verlagsfocus wurden
von den werbenden Unternehmen verfasst.

www.zarbock.de



Geschäfts- und Nutzfahrzeuge, Fuhrpark, Facility Management

Freie Scheiben und ein warmer Innenraum für jeden Anspruch

Eine Standheizung von Webasto bietet Sicherheit, erhöhten Komfort und ist dabei auch noch wirtschaftlich.

Die Vorteile einer Standheizung

Eine Standheizung im Auto macht Eiskratzen überflüssig, wärmt den Innenraum vor und sorgt für einen entspannten, sicheren Start. Und sie lässt sich ganz einfach nachrüsten.

Die Sorge um einen höheren Kraftstoffverbrauch und zusätzliche Umweltbelastungen ist dabei unnötig. Denn aktuelle Testergebnisse der Dekra belegen: Auf die Emissionsbilanz eines Fahrzeugs wirkt sich der Einsatz einer Standheizung, wie sie Webasto in unterschiedlichen Ausführungen anbietet, positiv aus, da sie den Motor vorwärmt. So ist dieser bereits zum Zeitpunkt des Anlassens nahe der optimalen Betriebstemperatur.

Auf diese Weise startet der Wagen nicht nur besser, sondern stößt auch nachweislich weniger Schadstoffe aus.

Auch verschleißten vorgewärmte Motoren langsamer als kalt gestartete, was die Lebensdauer eines Pkws merklich erhöht.

Ein Warmstart kompensiert den zusätzlichen Verbrauch des Fahrzeugs zudem fast vollständig.

Und: Eine nachgerüstete Standheizung, bequem programmierbar oder per Fernbedienung steuerbar, erhöht neben dem Komfort vor allem die Sicherheit.

Viel wirtschaftlicher unterwegs

Wenn nicht nur der Fahrer, sondern auch die Fracht wohlbehalten ans Ziel kommen soll, braucht es eine ganz besondere Technik. Wir überzeugen Sie mit unseren professionellen Lösungen von Webasto.

• Auch den Laderaum warm halten

Die Air Top Gerätegeneration arbeitet zielgenau und wirtschaftlich. Eine Luftheizung wärmt sowohl den Fahrgastraum vor und hält den Laderaum konstant auf der richtigen Temperatur. Ideal für empfindliches Transportgut wie z. B. Blumen.

• Die Luft gezielt leiten

Individuell wird festgelegt, wo entsprechende Luftauslässe in den Fahrgast-/Laderaum installiert werden. Die warme Luft wird über das Heizgerät und entsprechende Luftschläuche gezielt in den zu beheizenden Raum geführt.

• Jedes Fahrzeug effizient heizen

Luftheizgeräte Air Top sind die effiziente Lösung für leichte Nutzfahrzeuge, Reisemobile, Boote, Spezialfahrzeuge, Lkw und Container.

Einfach unabhängig – mit der ThermoCall App

Via Handy zum warmen Auto. Besser geht's nicht. Mit der App und vielen innovativen Funktionen können Sie Ihre Standheizung jederzeit und von jedem Ort ganz gezielt steuern.



Familien, Carsharing-Gemeinschaften oder Firmen mit Pool-Pkw profitieren darüber hinaus davon, dass bis zu fünf Rufnummern Zugriff auf die volle Funktionalität von Thermo Call haben.

Lassen Sie jetzt Ihre Standheizung vom Profi nachrüsten

FBS-Fahrzeugnachrüstung – Top-Lösungen für jede Klasse

Mit den Standheizungen von Webasto bietet FBS für jeden Fahrzeugtyp die ideale Lösung an. Speziell auch für neue Fahrzeugmodelle und solche mit eingeschränktem Bauraum.



FBS Fahrzeugnachrüstung
Rüsselsheimer Straße 22 - 60326 Frankfurt am Main
069 75 000 00 - www.fbs-nachruetzung.de

Mercedes-Benz Transporter: Der neue Mercedes-Benz Vito im Handel erhältlich

Ab dem 11. Oktober 2014 ist der neue Mercedes-Benz Vito im Mercedes-Benz Handel erhältlich. Dank intelligenter Sicherheitssysteme, bedürfnisgerechter Antriebsarten und effizienten Fahrverhaltens ist der neue Vito jeder Herausforderung gewachsen. „Unsere Kunden im Mid-Size Segment setzen auf robuste und effiziente Transporter – genau

diese Voraussetzungen erfüllt der neue Vito. Als verlässlicher Partner eignet sich der neue Vito für alle Arbeitseinsätze und überzeugt durch technische Innovationen“, so Matthias Hindemith, Leiter Mercedes-Benz Deutschland Vertrieb Transporter und Vans. Die Markteinführung steht unter dem Motto „Der neue Vito. Will, kann, macht.“

Der neue Mercedes-Benz Vito: vielseitig, sicher und effizient

Mit dem neuen Vito strebt Mercedes-Benz eine Spitzenposition im Segment der Mid-Size Vans an. Um dieses Ziel zu erreichen, wartet der vielseitige Vollprofi unter den Transportern zwischen 2,8 Tonnen und 3,2 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht mit einem ganzen Bündel von Spitzenleistungen auf. Seine Nutzlast gehört zu den höchsten in seinem Segment, Anschaffungspreis und Unterhaltskosten sind dagegen niedrig: Der zertifizierte Verbrauchswert von 5,7 Liter Diesel auf 100 Kilometern für den Vito 116 CDI BlueEfficiency ist in dieser Fahrzeugkategorie unerreicht. Als erster Transporter im Mid-Size Van-Segment bietet er drei Antriebsarten und darüber hinaus viele innovative Sicherheits- und Assistenzsysteme.

Entscheidend für kommerzielle Transporterkunden sind die Gesamtbetriebskosten. Entsprechend haben die Entwickler von Mercedes-Benz Vans den neuen Vito auf höchste Kraftstoffeffizienz getrimmt. Im Durchschnitt sinkt der Dieselkonsum nach NEFZ im Vergleich zum Vorgänger um rund 20 Prozent. Besonders sparsam geht der Vito mit BlueEfficiency-Paket mit dem Kraftstoff um. Das Paket ist für den neuen Vito mit Hinterradantrieb zu bekommen und serienmäßig für alle Vito Tourer mit Automatik, Pkw-Zulassung sowie in Verbindung mit dem stärksten Motor. Der zertifizierte Wert von 5,7 Liter/100 Kilometer für den Vito 116 CDI mit BlueEfficiency-Paket und Lkw-Zulassung ist in dieser Fahrzeugkategorie unerreicht. Darüber hinaus profitiert der neue Vito in allen seinen Motorvarianten von den langen Wartungsintervallen von bis zu 40.000 Kilometer oder zwei Jahren. Der neue Vito setzt auch neue Maßstäbe in puncto Sicherheit. Als einziger Transporter in seine Klasse verfügt bereits der Vito Kastenwagen serienmäßig über Airbags und Gurtwarner sowohl für den Fahrer als auch für den Beifahrer. Mit maximal acht Airbags für Fahrer und Passagiere ist der neue Vito Tourer der neue Maßstab. Zur Serienausstattung des neuen Vito gehören die Reifendruck-Überwachung und der Aufmerksamkeits-Assistent. Einzigartig für einen Mid-Size Van: der Seitenwind-Assistent ist schon in der Grundausstattung enthalten. Er kompensiert Einflüsse von Windböen auf das Fahrzeug nahezu vollständig. Der neue Vito lässt sich mit weiteren Assistenzsystemen individuell ausstatten.

Kontakt

www.mercedes-benz.de

Sprengt Erwartungen. Nicht Ihr Budget.

Jetzt den neuen Vito günstig leasen.

Auf den neuen Vito können Sie sich verlassen. Genau wie auf uns. Mit den Finanzierungsplänen der Mercedes-Benz Bank profitieren Sie von attraktiven Leasingraten und investieren immer sicher und flexibel – passend zu Ihrem Budget. Damit auch Sie den neuen Vito schnell zu Ihrem verlässlichen Partner machen können.

Vito WORKER 109 CDI Kastenwagen¹

Ein Leasingbeispiel der Mercedes-Benz Leasing GmbH²

Kaufpreis ab Werk	19.777,00 €
Leasing-Sonderzahlung	0,00 €
Laufzeit	48 Monate
Gesamtlauflleistung	40.000 km

monatliche Leasingrate **210 €**



Mercedes-Benz
Vans. Born to run.

¹Kraftstoffverbrauch innerorts/außerorts/kombiniert: 7,9-7,7/5,6-5,2/6,4-6,2 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 169-163 g/km. Die Angaben beziehen sich nicht auf ein einzelnes Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebots, sondern dienen allein Vergleichszwecken zwischen verschiedenen Fahrzeugtypen.

²Ein Leasingbeispiel der Mercedes-Benz Leasing GmbH, Siemensstr. 7, 70469 Stuttgart. Angebot richtet sich an Gewerbekunden, alle Preise zzgl. USt., Abbildung enthält Sonderausstattungen.

Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70327 Stuttgart

Partner vor Ort: Mercedes-Benz Niederlassung Frankfurt/Offenbach der Daimler AG

Nutzfahrzeugzentrum Frankfurt/RheinMain · Heinrich-Lanz-Allee 33 · 60437 Frankfurt/Main

Tel.: 069/8501-6770 · E-Mail: infoline@daimler.com · www.mercedes-benz-frankfurt.de

Fleetinstruct: Unterweisen leicht gemacht

Egal ob es um das Arbeitsschutzgesetz, die Unfallverhütungsvorschriften oder andere Vorgaben geht: Fuhrparkverantwortliche haben Mitarbeiter und Fahrer jährlich zu unterweisen, für die Einhaltung und Umsetzung von sozialrechtlichen Vorschriften und Verordnungen zu sorgen. Sie tragen Mitverantwortung für die Gesundheit ihrer Mitarbeiter und sind verpflichtet als Arbeitgebervertreter jeden Angestellten über die spezifischen Gefahren seines Arbeitsplatzes und deren Vermeidung zu informieren. Bei dieser obligatorischen und wiederkehrenden Aufgabe will der Bundesverband Fuhrparkmanagement e.V. (BVF) unterstützen und hat jetzt ein Werkzeug bereitgestellt, mit dem eine Routine-Unterweisung umgesetzt und nachgehalten werden kann: Fleetinstruct.

Fleetinstruct ist ein kompakter Online-Kurs. Er wird in die betrieblichen Anforderungen und Gesamt-Maßnahmen zur Unterweisung integriert. In Lernlektionen werden die wichtigsten Themen zur Frage der Fahrzeugnutzung in kurzer Form dargestellt: Von der vorgeschriebenen Sicherheitsausstattung, Hinweisen zum „Fahren mit Anhänger“ bis zum Verhalten bei Unfällen und vielem mehr. Darüber hinaus sind Checklisten und ein Abschlusstest zur Verifizierung des vermittelten Wissens Pflichtbestandteile von Fleetinstruct. Unternehmen können nachvollziehen, wer den knapp 45-minütigen Onlinekurs erfolgreich absolviert hat. Zusätzlich werden ergänzende Informationen (Flotte Tipps für Firmenwagennutzer) und interessante Weblinks angeboten. Damit unterstützt der Fuhrparkverband seine Mitglieder bei der Aufgabe, Fahrzeugnutzer regelmäßig zu unterweisen. Individuelle Anpassungen des Kurses (zum Beispiel

an interne Anweisungen und Richtlinien eines Unternehmens) können erfolgen. „So kann eine routinemäßige Unterweisung erfolgen, ohne viel Aufwand zu verursachen. Der Kurs dient allerdings nur der grundlegenden Unterweisung. Er kann eine individuelle, auf das jeweilige Unternehmen abgestimmte Schulung nicht ersetzen“, sagt Axel Schäfer, Geschäftsführer des BVF. Spezielle Anforderungen an die Ladungssicherheit könnten beispielsweise ein entsprechendes Thema sein, das je nach betrieblicher Fahrzeugnutzung ausführlicher bearbeitet werden muss. Auch Nicht-Mitglieder des Fuhrparkverbandes haben die Möglichkeit, Fleetinstruct zu nutzen.

„Die gesetzlichen Bestimmungen sind hinsichtlich der regelmäßigen, jährlichen Unterweisung eindeutig und ein Unternehmen bzw. der Fuhrparkleiter in der Pflicht“, unterstreicht Schäfer. Wenn es zu einem Unfall kommt, ist das Unternehmen in der Beweisspflicht, muss dokumentieren, was zur Sicherheit der Mitarbeiter getan wurde. Bei Fleetinstruct ist ein Reporting über die Teilnahme möglich. Darüber hinaus macht ein verpflichtender Abschlusstest Fleetinstruct für den Fuhrparkverantwortlichen verifizierbar und wird Teil der vorgeschriebenen Dokumentation.

Weitere Informationen

www.fuhrparkverband.de
www.fleetinstruct.de

Die Zukunft der Mobilität für Geschäftsfahrzeuge!

Vorsprung durch Technik 

Audi A3 Sportback Attraction 1.4 TFSI e-tron 110 kW (150 PS) S tronic

Kraftstoffverbrauch: innerorts 0,0 l/100 km,
außerorts 0,0 l/100km, kombiniert Benzin 1,5 – 1,7 l/100 km,
Strom 114,0 Wh/km. CO₂-Emissionen kombiniert: 35 g/km.

Ausstattung:

Lackierung: Brillantschwarz, Licht- und Regensensor, Komfortklima-automatik, MMI Radio, Dynamikfahrwerk, Multifunktions-Sportlederlenkrad u.v.m.

Leasingbeispiel:

Fahrzeugpreis:	31.848,74 €
einmalige Sonderzahlung:	7.966,39 €
Laufzeit:	36 Monate
jährliche Fahrleistung:	15.000 km
36 monatliche Raten à	151,00 €
oder	
36 monatliche Raten à	166,95 €
inkl. Inspektionspaket	

Audi A3 Sportback Attraction 1.4 TFSI g-tron 81 kW (110 PS) 6-Gang

Kraftstoffverbrauch: innerorts CNG 4,4 kg/100 km, Benzin 6,9 l/100 km,
außerorts CNG 2,7 kg/100 km, Benzin 4,2 l/100 km, kombiniert CNG
3,3 kg/100 km, Benzin 5,2 l/100 km.
CO₂-Emissionen kombiniert: CNG 92 g/km, Benzin 120 g/km.

Ausstattung:

Lackierung: Amalfiweiß, Klimaanlage, Seitenairbags vorn und Kopfairbagsystem, Start-Stop-System, Zentralverriegelung mit Funkfernbedienung, Rücksitzlehne umklappbar, Dynamikfahrwerk, Audi Radio u.v.m.

Leasingbeispiel:

Fahrzeugpreis:	22.016,81 €
einmalige Sonderzahlung:	3.450,00 €
Laufzeit:	36 Monate
jährliche Fahrleistung:	15.000 km
36 monatliche Raten à	186,00 €
oder	
36 monatliche Raten à	198,99 €
inkl. Inspektionspaket	

Kosten für die Neuwagenabholung sind in der Leasing-Rate enthalten. Zulassungskosten berechnet der ausliefernde Betrieb separat. Alle Werte zzgl. der jeweiligen Umsatzsteuer. Die Dienstleistung Inspektion und Verschleiß deckt alle erforderlichen Wartungs- und Inspektionsarbeiten gemäß Herstellervorgabe (Serviceplan) sowie wesentliche Verschleißpositionen ab. Ein Angebot der Volkswagen Bank GmbH, Gifhorner Straße 57, 38112 Braunschweig, für die wir als ungebundener Vermittler gemeinsam mit dem Kunden die für die Finanzierung nötigen Vertragsunterlagen zusammenstellen.

Auto Bach GmbH

Vermittler des Audi Zentrum Limburg-Diez
Urseler Straße 38 · 61348 Bad Homburg
Tel. (06172) 49 97 - 0 · E-Mail audi-homburg@autobach.de

Auto Bach

www.autobach.de  /autobach

Die sind noch grün hinter den Ohren!

Neuwertige Jahreswagen direkt vom Hersteller.

Egal ob Caddy, Amarok, Multivan oder California:
Bei uns finden Sie das passende Fahrzeug für Familie, Hobby
und Freizeit. Große Auswahl sofort verfügbar!



**Größte Auswahl im
Rhein-Main-Gebiet.
Inzahlungnahme
aller Fabrikate.**

Egal ob Caddy, Amarok, Transporter oder Crafter:
Bei uns finden Sie das passende Fahrzeug für jedes Gewerbe.
Sofort verfügbar mit geprüfter Qualität.



Gebraucht, gut, günstig!

Die Experten für Ihren „neuen“ Gebrauchten:



René Miche Verkauf
Telefon: 06181 180 62 14
E-Mail: rene.miche@volkswagen.de



Thomas Knoke Verkauf
Telefon: 06181 180 62 13
E-Mail: thomas.knoke@volkswagen.de



Glenn Fiedler Verkauf
Telefon: 06181 180 62 11
E-Mail: glenn.fiedler@volkswagen.de



Gunther Sander Verkauf
Telefon: 06181 180 62 16
E-Mail: gunther.sander@volkswagen.de

TradePort Hanau

Premium Gebrauchtwagen



Nutzfahrzeuge

Höchster Komfort für Geschäftsreisende: Die Volvo S60 und Volvo V60 Business Edition

Für Vielfahrer ist das Auto ihr zweites Zuhause. Um ihnen die Fahrt so angenehm wie möglich zu machen, offeriert Volvo eine Business Edition. In der speziell auf Geschäftsreisende zugeschnittenen Variante verfügen der Volvo S60 und der Volvo V60 über eine hochwertige Komfortausstattung und sind mit den effizienten Dieselmotoren D3 (100 kW/136 PS) oder D4 (120 kW/163 PS) kombinierbar.

Basierend auf der Ausstattungslinie Kinetic bieten die Editionsmodelle viele weitere Annehmlichkeiten. Das serienmäßige Sensus Navigationssystem weist Volvo Fahrern stets den richtigen Weg. Es überzeugt mit einer schnellen 3D-Navigation und einer verbesserten Sprachsteuerung. Die integrierte Umgebungssuche Local Search verrät außerdem, wo die nächstgelegene Tankstelle oder ein ganz-tägig geöffnetes Parkhaus ist und liefert gleich Fotos und Bewertungen mit. Wer seine Reise vorab am heimischen Computer oder am Smartphone plant, kann die Route zudem über die Send-to-Car-Funktion bequem ans Auto schicken. Dank der Volvo LifetimeMap-Care wird das Kartenmaterial des Navis darüber hinaus regelmäßig kostenfrei aktualisiert.

Der Volvo S60 und der Volvo V60 fahren in der Business Edition außerdem mit dem neuen Infotainmentsystem Sensus Connect vor. In Verbindung mit dem gekoppelten Smartphone erhalten die Insassen vollen Zugriff auf das Internet: Webseiten werden auf dem sieben Zoll großen Farbdisplay dargestellt, außerdem lassen sich Inter-

net-Radio und diverse Apps wie Connected Service Booking nutzen. Sie bildet den direkten Draht zum Volvo Partner und vereinbart bei Bedarf einen Servicetermin. Für optimalen Klanggenuss sorgt die Audioanlage High Performance Sound mit Radio/CD-Kombination, acht Lautsprechern, AUX- und USB-Schnittstelle sowie einer Bluetooth Freisprecheinrichtung samt Audio-Streaming. Zusätzlichen Komfort versprechen eine Einparkhilfe hinten, die Sitzheizung vorn und ein Regensensor. Mit den beheizten Scheibenwaschdüsen und einer Frontscheibenheizung müssen Volvo Fahrer selbst den nächsten Winter nicht fürchten.

Unter der Motorhaube arbeiten die bewährten 2,0-Liter-Fünfzylinder-Dieselmotoren D3 mit 100 kW (136 PS) oder D4 mit 120 kW (163 PS), entweder in Verbindung mit einem Sechsgang-Schaltgetriebe oder einem Geartronic Sechsgang-Automatikgetriebe. Beide Aggregate vereinen Durchzug mit höchster Effizienz – das beweisen auch die Verbrauchswerte. Beide Modelle begnügen sich mit nur 4,3 Liter auf 100 km (Automatik: 4,8 l/100 km) bei CO₂-Emissionen von lediglich 114 g/km (Automatik: 126 g/km).

Weitere Informationen

www.volvofrankfurt.de

Sportlich & vielseitig mit Stil: Die Volvo V60 Business Edition.



Abb. zeigt Sonderausstattung.

Egal, welches Ziel Sie sich für Ihr Business gesetzt haben: Der Volvo V60 Business Edition ist der perfekte Begleiter auf dem Weg dorthin. Der elegante Sportkombi Volvo V60 sichert Ihnen einen stilvollen Auftritt bei allen Businessterminen. Der Volvo V60 ist alles andere als alltäglich. Mit dynamischem skandinavischen Design, sowie der Linienführung eines Coupés bietet Ihnen der elegante Sportkombi einen selbstbewussten Auftritt und viel Raum für Ihre Ideen. Und mit der Business Edition haben wir speziell für die Bedürfnisse unserer Geschäftskunden ein Ausstattungspaket zusammengestellt, mit dem Sie Ihren Arbeitsalltag so einfach und bequem wie möglich gestalten können. Die Sonderausstattungen werden Ihnen viel Komfort in Ihren Arbeitsalltag bringen.

Ausstattung: Sensus Navigationssystem mit 3D-Navigation, Einparkhilfe hinten, Frontscheibe beheizt, Sitzheizung vorn, Regensensor mit autom. Lichtfunktion.

Leasingangebot für den Volvo V60 D3 Business Edition 100 kW (136 PS)

Leasing-Sonderzahlung	0,00 Euro	Laufleistung pro Jahr	20.000 km
Vertragslaufzeit	36 Monate	Gesamtbetrag	32.900,00 Euro

299,- Euro monatliche Leasingrate*

*Ein Angebot der Volvo Car Financial Services – ein Service der Santander Consumer Leasing GmbH, Santander-Platz 1, 41061 Mönchengladbach. Angebot zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer und Zulassungskosten. Bonität vorausgesetzt. Nur für Gewerbetreibende ab einer Flottengröße von 3 Fahrzeugen – für den Volvo V60 D3 Business Edition, gültig bis 31.12.2014.

Kraftstoffverbrauch (in l/100km): 5,2 (innerorts), 4,1 (außerorts), 4,5 (kombiniert). CO₂-Emissionen (kombiniert): 119 g/km (gemäß vorgeschriebenem Messverfahren).



Autohaus Hessengarage GmbH

Hanauer Landstr. 119a
60314 Frankfurt
Tel.: 069 39 00 05-300

Nieder Kirchweg 121
65934 Frankfurt
Tel.: 069 39 00 05-200

www.volvofrankfurt.de



facilitymanagement

Messe und Kongress

Frankfurt am Main, 24. – 26.03.2015

fm-messe.de

**Vielfältig wie die
Branche selbst**

Halle 11.0, Messe Frankfurt



Facility Management 2015 – Vielfältig wie die Branche selbst

Die Facility Management lädt vom 24.–26.03.2015 dazu ein, sich auf dem Frankfurter Messegelände rund um das Thema FM und dessen Anwendungsmöglichkeiten zu informieren und auszutauschen.

Auf der Messe präsentieren Unternehmen individuelle Dienstleistungen, ganzheitliche Lösungskonzepte und innovative Produkte. Aktuelle Praxisberichte werden auf dem Messeforum vorgestellt und diskutiert. Hochkarätige Referenten vermitteln Fachwissen, Problemlösungen und übertragbare Praxiserfahrungen auf dem begleitenden Kongress und regen zu Austausch und Diskussion über aktuelle Fragen und wissenschaftliche Erkenntnisse an.

Von effizienter Flächennutzung, Energiemanagement, FM für die Öffentliche Hand und FM im Gesundheitswesen über Grundlagen & Trends, CAFM, Kostenreduzierung, Workplace Management bis hin zu Komplettservices, Industrielles FM und Nachhaltigkeit – das Themenspektrum der Veranstaltung ist so vielfältig wie die FM-Branche selbst.

Messe und Kongress werden durch ein attraktives Rahmenprogramm ergänzt. Das Fest der Möglichmacher und das Gala Dinner bieten in entspannter Atmosphäre viele Möglichkeiten, neue Kontakte zu knüpfen. Die einzigartige Kombination aus Messe, Fachkongress und Networking-Events machen die Facility Management damit zur wichtigsten FM-Plattform in Deutschland.

Weitere Informationen rund um Messe und Kongress sind unter www.fm-messe.de erhältlich.

facilitymanagement



Messe und Kongress

Frankfurt am Main, 24. – 26.03.2015

**Bundesfachtagung
Betriebverantwortung**
Parallel zum Kongress
am 24.03.2015



Parallel: 25.–26.03.2015

fireprotec

Baurecht – Brandschutz – Sicherheit
Symposium mit Fachausstellung



Unterstützt von:

GEFMA
German Facility Management Association

In Kooperation mit:

Der Facility Manager

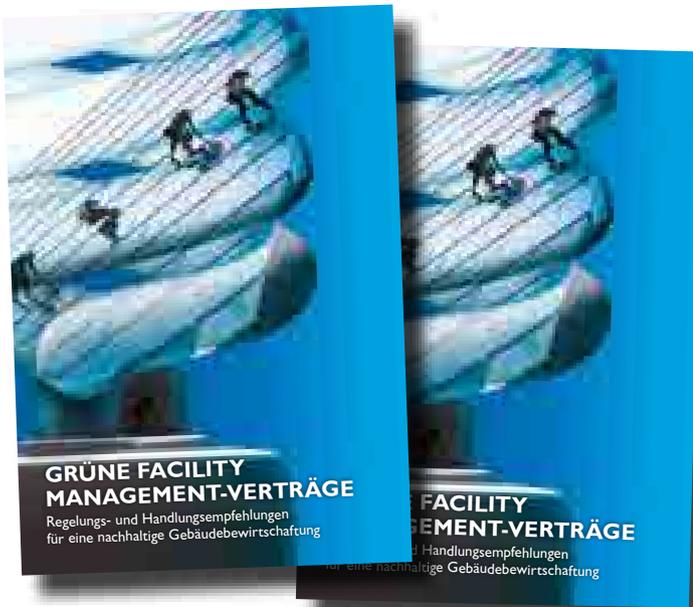
Medienkooperationen:

Der Facility Manager

FACILITY MANAGEMENT
Integration | Planung | Unternehmenskultur

mesago
Messe Frankfurt Group

Grünes Facility Management konkretisiert



Wie lässt sich die Nachhaltigkeit von Facility Services messbar machen und welche vertraglichen Rahmenbedingungen sind dazu nötig? Antworten auf diese und weitere Fragen gibt die Broschüre „Grüne Facility-Management-Verträge – Regelungs- und Handlungsempfehlungen für eine nachhaltige Gebäudebewirtschaftung“, die ab sofort kostenlos im Internet erhältlich ist. Erarbeitet wurde die Publikation in einer Arbeitsgemeinschaft aus Vertretern von Cushman & Wakefield, dem Deutschen Privaten Institut für Nachhaltige Immobilienwirtschaft (DIFNI), der internationalen Rechtsanwaltskanzlei DLA Piper und der WISAG.

Neben Auszügen aus den entwickelten Vertragsvorlagen und einem Musterleistungsverzeichnis für nachhaltiges Facility Management enthält die Broschüre umfassende rechtliche, methodische und inhaltliche Empfehlungen für eine ökologische Gebäudebewirtschaftung. „Ein Vorteil unserer Zusammenarbeit ist, dass jeder Partner ganz spezielles Fachwissen einbringt. Dadurch konnten wir gemeinsam einen ganzheitlichen Lösungsansatz entwickeln“, erklärt Ralf Pilger, MRICS, Geschäftsführer der WISAG Facility Management Hessen. „Wir haben es geschafft, nicht nur auf einer theoretischen Ebene zu bleiben, sondern konkrete und praktisch umsetzbare Handlungsempfehlungen zu geben, die Immobilienbesitzern einen unmittelbaren Nutzen bieten.“

Die Broschüre „Grüne Facility-Management-Verträge – Regelungs- und Handlungsempfehlungen für eine nachhaltige Gebäudebewirtschaftung“ kann von go.wisag.de/greenfm heruntergeladen werden.

Weitere Informationen

volker.lindenberg@wisag.de
www.wisag.de

DB NETZE

Wir geben unsere ganze **Energie**.
Damit Sie Ihre **sparen** können.

DB Energie – bringt voran.

Energie liefern viele – wir können mehr!

Wir sind die zuverlässigen Experten rund um die Energieversorgung der Deutsche Bahn AG und vieler weiterer Industrieunternehmen. Dieses Know-how können auch Sie nutzen. Als Vollkostenoptimierer betrachten wir die gesamte Energie-Wertschöpfungskette und bieten zahlreiche Leistungen rund um die Belieferung mit Strom und Gas.

Umfassende Beratungsdienstleistungen runden unser Portfolio ab. Von unserer einzigartigen Expertise können Sie sich gerne selbst überzeugen: Fordern Sie jetzt unseren Marktbericht 4 Wochen kostenfrei und unverbindlich an.
Mehr Informationen unter
www.dbenergie.de/marktbericht



MARKTPLATZ



Business to Business für die Region FrankfurtRheinMain

ARBEITSPLATZLÖSUNGEN

Regus
Sichern Sie sich jetzt
Ihr Wunschbüro ab 15 m²
0800 5222 5333 regus.de



Provisionsfrei
19 x in Frankfurt

AKTENEINLAGERUNG

REISSWOLF Akten- und Datenvernichtung GmbH



Schmickstraße 25 – 35
60314 Frankfurt
Telefon (0 69) 40 58 72-31
Telefax (0 69) 40 58 72-77
http://www.reisswolf-frankfurt.de
e-mail: reisswolf@mandausch.de



AKTENEINLAGERUNG WEILHAMMER

Besser persönlich.

Telefon 069/95 92 52 40
Fax 069/95 92 52 41
www.akteneinlagerung.de
info@akteneinlagerung.de

BERATUNG CRM & DMS

cobra[®] Address PLUS
cobra[®] CRM PLUS

Ihr cobra Partner
www.computerline-frankfurt.de
Tel.: +49 69 770621-0

BETRIEBSAUFLÖSUNGEN

Kaufe kpl. Betriebe aller Art
thomas.lerch@lerch.net
01 77 / 8 80 35 70

BUCHHALTUNGSBÜRO

www.bilanzbuchhalter-gaertner.de

BÜROEINRICHTUNGEN

UNIONZEISS



Unionzeiss Büro- und
Objekteinrichtung GmbH
www.unionzeiss.de

CONTAINER

MANDAUSCH
KOMPETENT ENTSORGEN



Schmickstraße 25–35
60314 Frankfurt
fon: 069 / 40 58 72 - 0
www.mandausch.de

REISSWOLF[®] ARCHIV

DETEKTEI

DETEKTIV-LUX
Information und Beweise für
Industrie - Wirtschaft - Privat
seit über 60 Jahren erfolgreich tätig

Zeil 44, 60313 Frankfurt
Tel.: 0 69 / 2 04 11
Info: **www.detektiv-lux.de**

EDV- UND DRUCKERZUBEHÖR

www.tbs-printware.com

ENERGIEBERATUNG

„Gesund und günstig heizen“
mit Infrarotheizungen.
www.energieberatung-kelheim.de
Tel.: 0 61 95/75 83 29

ENTSORGUNG

MANDAUSCH
KOMPETENT ENTSORGEN



Schmickstraße 25–35
60314 Frankfurt
fon: 069 / 40 58 72 - 0
www.mandausch.de

REISSWOLF[®] ARCHIV

ENTSPANNUNG & GESUNDHEIT

www.akupunktur-frankfurt-tcm.de

FAMILIENRECHT

Trennung/Scheidung?
30 Jahre Erfahrung im Familienrecht,
bes. intern. Familienrecht
www.familienr.de

GESUNDES SITZEN

www.gesundes-sitzen24.de

IMMOBILIEN

GESUCHE

Häuser | Villen |
Grundstücke | ETW's

Von diversen Auftraggebern aus
Industrie, Handel, Banken und
von vermögenden Privatpersonen
gesucht. Wir arbeiten kompetent,
zuverlässig, schnell.

ADLER IMMOBILIEN
HIER FÜHL' ICH MICH WOHL.

adler-immobilien.de
Tel. 069. 955 22 555

BIZARD
Immobilien

Nansenring 9
60598 Frankfurt a. M.
Tel.: 069 968645-90
info@bizard-immobilien.com
www.bizard-immobilien.com

Bizard Immobilien – Ihr Ansprechpartner
für Wohn- und Geschäftshäuser sowie
Mehrfamilienhäuser im Rhein-Main-Gebiet.

HERMANN IMMOBILIEN
Mehr Leistung. Mehr Angebot.



Frank Alexander
Geschäftsführer

Infoline 0800 50 60 70 8
www.hermann-immobilien.de

Niederlassungen in Wiesbaden · Frankfurt
Bad Homburg · Hanau · Gelnhausen

RHM Immobilien Frankfurt
persönlich – kompetent – erfolgreich
www.rhm-immobilien-frankfurt.de

MARKTPLATZ

IMMOBILIEN

Gedern, supergünstiges W+G,
160 m² Laden & Büro + 160 m²
7-ZW, nur 119.500,- €
Tel.: 0171/7729790

IMMOBILIEN-CONSULTING

Profi-Beratung
in allen Immobilienangelegenheiten.
...wie Ihre eigene Immobilienabteilung.
mf consult-real estate
www.mfconsult-re.de

IMMOBILIENVERWALTUNG

HAUSVERWALTUNG seit 1982 führt
im Rhein-Main-/Tanus-Bereich WEG-
und Mietverwaltung zuverlässig und
kompetent aus. www.hausdata.com
Tel.: 06172/179103-0

INNOVATIONSBERATUNG

KMU-Förderung durch BMWi
bcnp.com/go-inno-Gutscheine
BCNP Consultants GmbH

LAGERFLÄCHEN

Schwab

vermietet
Palettenstellplätze

Wir bieten 20 000 Palettenstellplätze im
Hochregallager in Langenselbold.

Verkehrsgünstige Lage (ca. 1km zur
A66/A45)

Weitere Informationen unter:
Schwab Versand GmbH
Herr Agricola
(0 61 84) 803 7720
norbert.agricola@schwab.de

MEDIATION IM BAU- UND IMMOBILIENBEREICH

www.mediation-dk.de
Tel.: 069/69598883

PERSONALBERATUNG

www.eigner-consulting.com

PRODUKTION

China – günstige Herstellung
hochqualitativer Klein-Drehteile
aus Stahl/E-stahl, Alu u. Messing.
Bei Interesse Muster anfordern
unter biscon@web.de

PERSONALDIENSTLEISTUNG

PPM SCHÖNEBERGER
 Personalvermittlung
 Projektgeschäft
 Arbeitnehmerüberlassung
 T +49 69/5 77 08 43-0
 E projekte@ppm-schoeneberger.de
 I www.ppm-schoeneberger.de

STAHLHALLENBAU

Kompetenz + Risiko

ANDRE-MICHEL + CO.
STAHLBAU GMBH
MAYEN
 Stahlhallenbau • Dacheindeckung
 Wandverkleidung Tore Türen Fenster
 Andre-Michels.de

RAUMPFLEGE

Reinigungsfirma mit Herz und Seele
aus Frankfurt. Wir bieten unseren
Service für Büros, Praxen und Hotels.
Tel. **0172/6573683**

TÖRE & TÜREN

Türen • Brandschutzelemente
Industrietore • Torantriebe
Schranken • Hoftoranlagen
Garagentore • Automatiktüren

HUTH
 TORE UND
 TÜRSYSTEME
 ANTRIEBSTECHNIK
 63571 GELNHAUSEN
 Tel. 06051/9640-0
Hessens größte Ausstellung

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Licht / Ton / Video
& Konferenztechnik für Events
8days a week GmbH & Co. KG
Tel. 06101/609500 www.8daw.de

VERSICHERUNGEN

**Ihr Spezialist für gewerbliche
Versicherungen!** Lars Hartmann
069/90508942 Fax: 90508943

VISUMSERVICE

Ihr kompetenter Partner für die
Visumbesorgung, u. a. China, Russ-
land, Indien. Tel. 069/9399917-0
www.visumteam.com

Hier der Beweis ...

auch kleine Anzeigen
werden gelesen!

Anzeigenschluss
für die
Dezember-
Ausgabe:

**7. November
2014**

Sichern Sie sich
Ihre Platzierung
unter

069/420903-75

verlag@zarbock.de

WERBETECHNIK


HANSEN
 KREATIVE WERBETECHNIK
Wir lassen Sie in neuem Glanz erstrahlen!
 ...Außenwerbung, Beschriftungen, Licht-
 technik, Großformatdruck...
 Hansen Werbetechnik GmbH
 Philipp-Reis-Straße 9-11 - 63303 Dreieich-Sprendlingen
 Telefon 0 61 03 / 99 48-0 - Fax 0 61 03 / 99 48 99
www.hansen-werbetechnik.de

Anzeigen-Hotline:

069/420903-75

verlag@zarbock.de

Rolf Seip

Rolf Seip, Leiter der
Julius-Leber-Schule,
Frankfurt, vollendete
am 18. Oktober sein
60. Lebensjahr. Nach
dem Studium der
Wirtschaftspädago-
gik und Referendariat
arbeitet er seit 1983 als Berufs-



schullehrer in der
Julius-Leber-Schule
und Klingerschule.
1992 wurde er Ab-
teilungsleiter für den
Ausbildungsberuf
Versicherungskauf-
mann. 2006/2007
leitete er kommissarisch die

Klingerschule, bevor er 2007 die
Leitung der Julius-Leber-Schule
übernahm. Von 1984 bis 2008 war
er Mitglied im Prüfungsausschuss
Versicherungen, arbeitete in ver-
schiedenen Lehrplankommissionen
der Kultusministerkonferenz
zu diesem Ausbildungsberuf und
im Wirtschaftsmodellversuch des

Bundeswirtschaftsministeriums
bei der Konzeption des Kunden-
beratungsgesprächs für die münd-
lichen Abschlussprüfungen mit.
Seit 2009 ist Rolf Seip Mitglied
in den Berufsbildungsausschüssen
der IHK Frankfurt, der Landesärz-
tekammer und der Landestierärz-
tekammer.

VORSCHAU DEZEMBER | JANUAR

SPECIAL DATENSCHUTZ

Datenschutz in der Arbeitswelt – Direktmarketing und Werberecht – Schutz vor Wirtschaftsspionage – Keine Website ohne Datenschutz – Cloud Computing – Webanalysetools – Das Recht auf Vergessen

STANDORTPOLITIK

IHK-Kreisbereisung im Hochtaunuskreis – 10 Jahre Frischezentrum Frankfurt – Frankfurter Immobilienbörse: Wohnungsmarktbericht 2014

INNOVATION UND UMWELT

Breitbandausbau in Hessen: Interview mit Mathias Samson, Staatssekretär im hessischen Wirtschaftsministerium – Verleihung des hessischen Website Awards – Sichtbarkeit im Internet

RECHT UND STEUERN

Jahresausblick: Aktuelle Entwicklungen im Steuerrecht – Jahreswechsel: Verjährung von Forderungen – Geschenkgutscheine: Darauf sollten Einzelhändler achten

Änderungen vorbehalten.

Die nächste Ausgabe des IHK WirtschaftsForums erscheint am 1. Dezember 2014.



IMPRESSUM

Mitteilungen der Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main

IHK WirtschaftsForum
Unternehmermagazin für die Region FrankfurtRheinMain



Herausgeber

Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main
Börsenplatz 4
60313 Frankfurt am Main
Telefon 0 69 / 21 97-0
Fax 0 69 / 21 97-14 24
Internet www.frankfurt-main.ihk.de

Verantwortlich für den Inhalt
Reinhard Fröhlich, Geschäftsführer,
Unternehmenskommunikation,
IHK Frankfurt

Chefredakteurin

Petra Menke
Telefon 0 69 / 21 97-12 03
E-Mail wirtschaftsforum@
frankfurt-main.ihk.de

Abonnements, Adressänderungen

Gina Reimann
Telefon 0 69 / 21 97-12 04
E-Mail g.reimann@frankfurt-main.ihk.de

Nachdruck, auch auszugsweise, und elektronische Vervielfältigung von Artikeln und Fotos nur nach Rücksprache und mit Quellenangabe. Nachdruck von Namensbeiträgen nur mit der Genehmigung des Verfassers. Belegexemplar erbeten.

Die mit Namen des Verfassers gekennzeichneten Artikel geben die Meinung des Autors, aber nicht unbedingt die Meinung der Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main wieder.

Titelbild: Gettyimages/Jan Stromme

Verlag

Druck- und Verlagshaus Zarbock
GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6
60386 Frankfurt am Main
Geschäftsführung Ralf Zarbock

Anzeigenleitung

Ralf Zarbock
Telefon 0 69 / 42 09 03-75
E-Mail verlag@zarbock.de

Internet

www.zarbock.de/wifo

Grafik

Druck- und Verlagshaus Zarbock

Anzeigenpreisliste

Nr. 115 vom 1. November 2013
Internet www.zarbock.de/wifo

Druck

Societàsdruck, Frankfurt

Der Bezug des IHK-Magazins erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK. Das IHK WirtschaftsForum ist für Mitgliedsunternehmen der IHK Frankfurt am Main kostenlos. Nichtmitglieder können das Unternehmermagazin für FrankfurtRheinMain abonnieren. Das Jahresabo kostet für Nichtmitglieder 30 Euro, das Einzelheft 2,50 Euro. Das IHK WirtschaftsForum erscheint am Anfang jeden Monats, Doppelausgaben im Juli/August und Dezember/Januar.

Dr. Göke Frerichs †

Dr. Göke Frerichs ist kurz vor Vollendung seines 91. Lebensjahres am 26. September verstorben. Seine erste berufliche Station war der Bundesverband des deut-



schischen Groß- und Außenhandels (BGA) in Bonn, wo er zuletzt als Hauptgeschäftsführer tätig war. Danach war er Vorstandsmitglied sowie Vorstandsvorsitzender der Andreae-Noris Zahn, Frankfurt, Aufsichtsratsvorsitzender der EKF Einkaufskontor Frankfurt sowie Mitglied des Beirats und zeitweise Vorsitzender der Uni Elektro Handels-GmbH & Co., Eschborn. Frerichs engagierte sich auch ehrenamtlich, beispielsweise beim Bundesverband Großhandel, Außenhandel und Dienstleistungen in Bonn und Berlin, wo er von 1976 bis 2014 dem Präsidium und dem Beirat des Präsidiums angehörte. Im hessischen Groß- und Außenhandelsverband war er von 1981 bis 2001 Vorsitzender und danach Ehrenvorsitzen-

der. Drei Jahrzehnte setzte sich Frerichs in Gremien der IHK Frankfurt ein. Er war von 1983 bis 1987 Vizepräsident und gehörte anschließend bis 2009 dem Beirat des Präsidiums an. Mitglied der Vollversammlung war er von 1979 bis 1987 und wirkte ein Jahrzehnt im Großhandelsausschuss und im Ausschuss Hochtaunus/Main-Taunus. Darüber hinaus war Frerichs immer auch politisch aktiv. So war er von 1965 bis 1975 Mitglied des Deutschen Bundestages und in den Achtziger- und Neunzigerjahren Kreistagsmitglied im Hochtaunus. Von 1990 bis September 2014 engagierte er sich in verschiedenen Gremien der Europäischen Union. Für seine besonderen Verdienste wurden ihm drei Stufen des Bundesverdienstordens verliehen: Mit dem Großen Verdienstkreuz mit Stern des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland wurde er am 18. Februar 2002 geehrt.

Gelbe Seiten



**„Ich will nicht irgendwo werben.
Sondern da, wo ich gefunden werde.“**

Mit Ihrer Werbung in Gelbe Seiten erreichen Sie über 40 Millionen Nutzer, die täglich 3 Millionen Mal nach Anbietern in Gelbe Seiten suchen – zum Beispiel Sie. Gleich informieren: 069-2 99 99-935

Näher dran an meinem Leben.



Ihr Gelbe Seiten Verlag