

# faktorErfolg

Das Magazin für Mitglieder des IBWF – das Netzwerk für Mittelstandsberater



Ausgabe 1/2022



**06**

**Titel:**

**Nachhaltigkeit**  
**Klimaneutralität in**  
**Unternehmen**

**12**

**Energie**  
**Bundesförderung**  
**für Gebäude**

**18**

**Klimaneutralität**  
**Das große Ziel**  
**von Boje Dohn**

**24**

**Länderportrait**  
**Frankreich**

Wir stellen vor:

# Unsere Partner.



Boje Dohrn, Präsident IBWF

Liebe Mitglieder,  
liebe Leserinnen und Leser,

Nachhaltigkeit ist unser Thema. Und nicht nur unseres: Dieses Thema sollte uns alle bewegen, denn Deutschland möchte in 2045 klimaneutral sein – das ist ein großes Ziel, das nur gemeinsam erreicht werden kann.

Allerdings sind die Themen Klima und Nachhaltigkeit angesichts der aktuellen weltpolitischen Ereignisse ein bisschen in den Hintergrund getreten. Oder sagen wir besser: Sie legen gerade eine Wahrnehmungspause ein, weil die Welt im Moment an anderer Stelle unsere Aufmerksamkeit auf sich zieht.

Trotzdem bleiben die beiden Themen präsent – nicht zuletzt, weil sich die Welt gerade fragt, wie es mit den Energielieferungen aus Russland weitergehen wird. Und ob das nicht genau der richtige Moment ist, sich von fossilen Brennstoffen ab- und den erneuerbaren Energien zuzuwenden.

Nachhaltiges Agieren lässt sich in vielerlei Hinsicht umsetzen und auch mit kleinen Schritten angehen. Lassen Sie sich von unseren Beiträgen dazu inspirieren.

Ich wünsche uns, dass unsere Überlegungen zur Rettung des Klimas sehr bald wieder die Nachrichten und unser Handeln bestimmen werden.

Ihr

Boje Dohrn

# In diesem Heft

06

**Titel: Nachhaltigkeit  
Klimaneutralität in Unternehmen**

von Julian Ekelhof und Michael Sahn

12

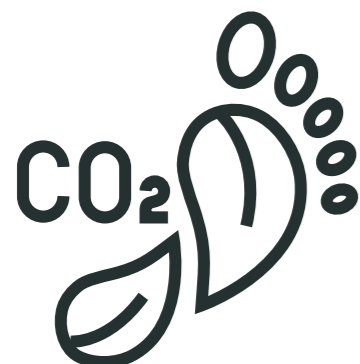
**Energiekosten:  
Bundesförderung für effiziente Gebäude**

14

**Können neue Technologien das Wachstum  
von kleinen Unternehmen fördern?**

18

**Klimaneutralität: Das große Ziel!**



20

**Das war der 3. Ostdeutsche Unternehmertag**

22

**Medienpreis Mittelstand Nord + Ost**

24

**Länderportrait: Frankreich**

26

**Impressum und Vorschau**

# IBWF intern

## Include

**Inklusive Führung im Digitalen Zeitalter**

Viele Führungskräfte in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), kleinen und mittleren Organisationen (KMO) und in Start-ups stehen vor einem Dilemma. Sie fragen sich: Wie kann ich meine Organisation leiten, wenn ich selbst keineswegs sicher bin, wohin die digitale Reise geht? Wie können wir die Zukunft unserer Organisation erfolgreich zusammen gestalten? Das Projekt INCLUDE leistet einen konkreten Beitrag, indem es zwei zentrale Entwicklungen unserer Zeit aufgreift: Erstens den Trend zu flacheren Hierarchien und geteilter Verantwortung und zweitens die Digitalisierung aller Wirtschaftsbereiche. Beide Aspekte bieten den Ausgangspunkt für die Entwicklung eines neuen praxisnahen und innovativen Führungsansatzes im Zeitalter der Digitalisierung.

Dafür werden im Projekt Lern- und Lehrmaterialien für Führungskräfte und für Personen entwickelt, die mehr Verantwortung übernehmen wollen bzw. sollen.

Die entwickelten Materialien stellen wir Ihnen auf dem Abschlussevent am 29. April 2022 in Berlin vor.

Die Einladung erhalten Sie von uns per Newsletter.

Wir freuen uns auf Sie.



# Termine

Weitere Termine online

Regionale Netzwerktreffen finden aktuell online statt. Die Einladung für Ihre Region erhalten Sie per Newsletter.

Alle IBWF-Veranstaltungen finden Sie unter:  
<https://www.mittelstandsberater.de/de/aktuelles-termine/ibwf-veranstaltungen/>

29. April /

10 bis 13 Uhr

Abschlussevent EU-Projekt Include  
Berlin

16. und 17. Juni 2022

10. Turnaroundkongress 2022  
Königswinter

23. Juni 2022 /

9 bis 15 Uhr

Qualifizierung „Beratende Offensive Mittelstand“  
Online

8. September /

10 bis 17 Uhr

4. Ostdeutsche Unternehmer Potsdam  
Anmeldung: [www.ostdeutscher-unternehmertag.de](http://www.ostdeutscher-unternehmertag.de)

29. September /

9 bis 14 Uhr

Re-Autorisierung „Beratende Offensive Mittelstand“  
Online

24. November /

9 bis 15 Uhr

Qualifizierung „Beratende Offensive Mittelstand“  
Online



Titelthema

Nachhaltigkeit

# Klimaneutralität in Unternehmen

von Julian Ekelhof und Michael Sahm

**G**anzheitliche Herangehensweisen im Kampf gegen den Klimawandel erfahren eine verstärkte Aufmerksamkeit – politisch, gesellschaftlich, aber auch die Wirtschaft nimmt zunehmend eine Führungsrolle ein. Allein in den vergangenen zwei Jahren haben zahlreiche internationale Unternehmen aus den Bereichen Energie, Automobil, Software, Handel sowie aus anderen Branchen, wie zum Beispiel den Versicherungen das Versprechen kommuniziert, in naher Zukunft klimaneutral zu wirtschaften. Angesichts der teilweise langfristigen Umsetzung von Reduktionsmaßnahmen soll dies zeitnah auch dadurch erreicht werden, dass die unternehmensweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen insbesondere durch Investitionen in natürliche CO<sub>2</sub>-Senken wie Aufforstungsprojekte ausgeglichen werden. Die CO<sub>2</sub>-Aufnahmekapazität muss dabei mindestens so groß sein, wie es die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Unternehmen für die Atmosphäre sind. Es handelt sich also um einen Kompensationsmechanismus.

#### Die Elemente der Klimaschutzstrategie

Unternehmen betreiben hierzu Carbon Management. Dazu gehört das Berechnen des eigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks in Form eines Corporate Carbon Footprint, eine Reduktionsstrategie der Emissionen sowie die Kompensation der noch nicht reduzierbaren oder vermeidbaren Restemissionen.

Die fundierte Reduktionsstrategie ist dabei zwingend das Kernstück einer jeden unternehmerischen Klimaschutzstrategie. Nur die globale Reduktion von Treibhausgas-Emissionen kann den Klimawandel langfristig wirksam bekämpfen. Dazu braucht es auch Unternehmen mit ambitionierten Zielen und dem Willen, tatkräftig auf eine echte Veränderung hinzuarbeiten. Der Blick auf die eigene Organisation sowie die vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsketten zeigt die Hotspots und damit die effektivsten Reduktionspotentiale auf.

Eine damit einhergehende CO<sub>2</sub>-Kompensation durch internationale Klimaschutzprojekte wird oftmals als vermeintlich erkaufte „Freifahrtsschein“ wahrgenommen. Dem ist nicht so. Die Umsetzung schnell und effektiv wirkender Klimaschutzprojekte ist vielmehr als ergänzende Maßnahme einzusetzen, als zeitlicher Joker, während eigene Emissionen laufend gesenkt werden. Die Projekte erzielen echte, messbare Wirkungen. Kurzfristig geht die Rechnung also auf und ist ein echter Hebel. Wer sich aber auf diesen externen Projekten ausruht, sieht sich vermehrt Reputationsrisiken ausgesetzt – und das zu Recht. CO<sub>2</sub>-Kompensation ist kein kostengünstiger Weg, ohne Aufwand Klimaschutz zu

betreiben. Als solcher sollte er auch nicht dargestellt werden. Richtig eingesetzt ist es aber ein Element der globalen Lösung und wird von immer mehr Unternehmen als solcher wahrgenommen. Im Rahmen von Klimaneutralitäts- bzw. „Net Zero“ Programmen wird dies proaktiv kommuniziert. Nicht zuletzt die Bundesregierung setzt sich mit ihrer „Allianz für Entwicklung und Klima“ für solche Maßnahmen und klar beschriebene Best Practices ein (1).

#### Für die Praxis: Methoden und Standards

Damit dieses Vorgehen nicht im Ungefähren bleibt, sind international anerkannte und verwendete Normen und Standards sinnvoll und notwendig.

Entsprechend wird der Carbon Footprint nach Standards wie dem Greenhouse Gas Protocol (2) oder der ISO-Norm 14064 (3) erfasst und berechnet. Bei der Reduktionsstrategie arbeitet man mit Methoden wie Science Based Targets (4) und auch für die Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen mittels internationaler Klimaschutzprojekte haben sich robuste Standards wie z. B. der „Gold Standard for the Global Goals“ (5) und „Verified Carbon Standard“ unter VERRA (6) entwickelt. Und auch für Klimaneutralität insgesamt entstehen mit der aktuell in Entwicklung befindlichen ISO-Norm 14068 klare Richtlinien (7).

Einerseits sichern diese Standards die Qualität und Transparenz der kommunizierten Maßnahmen. Oft wird auch eine gewisse Vergleichbarkeit ermöglicht, bspw. bei den Product/Corporate Carbon Footprints verschiedener Unternehmen einer Branche. Zugleich bieten sie aber auch hilfreiche Handlungsleitfäden. So ist das GHG Protocol bewusst praxisnah gestaltet und die Carbon Standards sichern eine Mindestqualität der ausgewählten Klimaschutzprojekte.

In diesem Rahmen begleitet FORLIANCE den Mittelstand auf dem Weg zur eigenen Klimaschutzstrategie. Fundiert, objektiv und verständlich.

#### Der Start: CO<sub>2</sub>-Fußabdruck für Unternehmen messen

Da die Kenntnis über die eigene „Emissionslast“ der Ausgangspunkt eines jeden Carbon Management in Unternehmen ist, gehen wir an dieser Stelle auf den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck gesondert ein.

(1): <https://allianz-entwicklung-klima.de/> (2): <https://ghgprotocol.org/> (3): <https://www.iso.org/standard/66453.html> (4): <https://sciencebasedtargets.org/> (5): <https://www.goldstandard.org/> (6): <https://verra.org/project/vcs-program/> (7): <https://www.iso.org/standard/43279.html>



Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck (Englisch: Carbon Footprint) verschafft einen Überblick über die wesentlichen sechs Treibhausgasemissionen eines Unternehmens (neben Kohlendioxid u. a. auch

Methan, Lachgas und Stickoxide), die der

Vergleichbarkeit halber stets in CO<sub>2</sub>-Äquivalente umgerechnet werden.

Der unternehmerische CO<sub>2</sub>-Fußabdruck (Corporate Carbon Footprint) dient folgenden Zwecken: Ein besseres Verständnis des eigenen Klima-Einflusses und der eigenen Prozesse erlangen – einschließlich der Stärken und Schwächen in Bezug auf Klimaschutzmaßnahmen; eine solide Grundlage schaffen für zukünftige Maßnahmen in den Bereichen Emissionsreduktion, CO<sub>2</sub>-Kompensation oder Klimaberichterstattung; als Kommunikationsinstrument fungieren für interne und externe Stakeholder.

Berechnet wird der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck entweder nach dem international anerkannten Standard des Greenhouse Gas Protocol oder der ISO-Norm 14064. Ihre Anwendung stellt sicher, dass die Kalkulation valide und vergleichbar ist.

Für die Berechnung werden unterschiedliche Emissionsbereiche definiert, die berücksichtigt werden müssen - je nach den Klimaschutzzielen des Unternehmens. Diese Kategorien werden in der Fachsprache „Scope“ genannt und umfassen drei Bereiche: „Scope 1“ beinhaltet alle direkten Emissionen beispielsweise durch Heizungsanlagen und firmeneigene Fahrzeuge; „Scope 2“ umfasst



die indirekten Emissionen durch zugekaufte Energie z. B. eingekauften Strom; „Scope 3“ berücksichtigt relevante indirekte Emissionen der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette, wie Geschäftsreisen, Arbeitswegmobilität der Angestellten oder Abfälle.

Bei der eigentlichen Berechnung werden Aktivitätsdaten aus den Unternehmen mit entsprechenden Emissionsfaktoren multipliziert. Die größte Herausforderung besteht meistens darin, in den Firmen die richtigen Aktivitätsdaten zu sammeln, um einen zuverlässigen und konsistenten CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu gewährleisten. Sie wird um so größer, je weiter die vor- und nachgelagerte Lieferkette analysiert wird.

Neben den Emissionen, die ein Unternehmen verursacht, kann auch der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von einzelnen Produkten (oder Events) ermittelt werden (Product Carbon Footprint). Dies wird meist dann gemacht, wenn eine Ware als „klimaneutral“ vermarktet werden soll. Grundsätzlich kann die Herstellung eines Produktes vom Fußabdruck des Unternehmens abgeleitet werden (cradle-to-gate); der vollständige Emissionsausstoß lässt sich jedoch nur berechnen, wenn auch die Nutzung und Verwertung (Recycling) von Produkten mitberücksichtigt werden (cradle-to-grave).

Was zeichnet nun einen „guten“ CO<sub>2</sub>-Fußabdruck aus? Er ist vor allem belastbar; d. h. die CO<sub>2</sub>-Bilanzierung ist genau, verlässlich, vollständig, konsistent und transparent. Dies setzt voraus, dass die Bilanzgrenzen angemessen festgelegt worden sind, die Datenerhebung fundiert ist und die Ergebnisse nachvollziehbar offengelegt werden. Wichtig hierbei: Es geht nicht darum, bereits im ersten



Bilanzjahr den perfekten Fußabdruck vorzulegen. Es geht darum, sich auf die Reise zu machen, das Carbon Footprinting als stetigen Verbesserungsprozess zu betrachten, kontinuierlich das Datenmanagement zu institutionalisieren und immer tiefer die Lieferkette zu erfassen. Zudem geht es darum, diesen Weg ehrlich zu kommunizieren – ein Mehrwert für die eigene Reputation.

#### Exkurs: Tools für die CO<sub>2</sub>-Berechnung

Ein CO<sub>2</sub>-Fußabdruck lässt sich grundsätzlich manuell, mithilfe von Excel-basierten Programmen oder digitalen Lösungen berechnen. Zahlreiche Organisationen bieten mittlerweile solche Online-Rechner und Software-Lösungen an. Diese ermöglichen entweder die Kalkulation des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks ganzer Unternehmen, separater Unternehmensbereiche oder auch einzelner Veranstaltungen. Zudem bieten sie eine verständliche und übersichtliche Darstellung der Emissionslast und „Hotspots“.

Wann lohnt sich der Einsatz von Online-Rechnern und wo stoßen sie an ihre Grenzen? Sie sind ein guter Einstieg ins Carbon Footprinting, empfehlen sich für eine „schnelle Lösung“, um die Grundlagen zu verstehen, selbst dabei zu lernen, die Datenerhebung besser zu verstehen und zu managen. Für kleinere Unternehmen, Dienstleister können sie durchaus eine „One-Stop-Shop“-Lösung sein. Bei komplexeren Unternehmensstrukturen, vor allem mit vielfältigen und tiefen Lieferketten, sind sie jedoch meist zu „starr“, da sie regelmäßige Anpassungen an die Gegebenheiten erfordern oder schlichtweg die Komplexität des Unternehmens oder der Wertschöpfungskette nicht widerspiegeln können. Hier empfehlen sich vollständige Online-Datenmanagement-Plattformen, die in der Lage sind, detaillierte Berechnungen durchzuführen. Für aufwendige Product Carbon Footprints bleiben indi-

viduelle Berechnungen weiterhin das Mittel der Wahl.

Zwei Beispiele für öffentlich zugängliche Online-Rechner für Unternehmen (A) und Privatpersonen (B):

- (A) <https://www.klimaktiv.de/index.php>
- (B) [https://uba.co2-rechner.de/de\\_DE/](https://uba.co2-rechner.de/de_DE/)

Julian Ekelhof  
IBWF-Mittelstandsberater  
Senior Director Climate Solutions  
FORLIANCE GmbH

+49 (0)228 – 969119 23  
julian.ekelhof@forliance.com  
www.forliance.com

Mit neuen Möglichkeiten im Bereich der Energieeinsparung den hohen Energiepreisen trotzen

# Bundesförderung für effiziente Gebäude

Die Strom- und Gaspreise haben in den vergangenen Wochen Rekordniveaus erreicht. War zunächst die Versorgungskrise Gas der Auslöser immer weiterer Preissteigerungen, explodierten die Preise im Zuge des russischen Einmarsches völlig.

Die Bandlieferung Strom für das Kalenderjahr 2022 lag bei über 240 Euro/MWh (zum Vergleich 12 Monate zuvor: lag der Preis noch bei ca. 50 Euro/MWh). Das Pendant-Produkt beim Erdgas wurde mit über 115 Euro/MWh (zum Vergleich 12 Monate ca. 17 Euro/MWh) gehandelt. Neben diesen explosionsartigen Anstiegen werden die Preisschwankungen immer heftiger – ein

Zeichen der gestiegenen Nervosität. Ein Unternehmen sicher durch diese Preisturbulenzen zu führen, wird immer mehr zur Herkulesaufgabe. Die Risiken sind aktuell vielfältig und werden die Märkte noch auf Jahre beschäftigen. Da trifft steigende Nachfrage auf sinkendes Angebot, der CO2-Preis erklimmt immer neue Höhen, Gasspeicher sind schlecht gefüllt, die Volkswirtschaft soll umgebaut werden etc. Diese Nachrichten sind allesamt wichtig, darauf einzugehen würde aber den Rahmen dieses Artikels sprengen.

Wichtig sind sie aber vor allem für die kurzfristige Eindeckung mit Energie und die Frage: soll ich kaufen oder abwarten? Auch: Bekomme

ich überhaupt noch einen Liefervertrag? Am langfristigen Trend der stetigen Verteuerung von Energie (egal ob Primär- oder Sekundärenergie) wird auch nach Beilegung des Krieges und der aktuellen Versorgungskrise nicht zu rütteln sein. Also was tun? Investitionen in Energietechnik hatten oft sehr unattraktive Amortisationsdauern – das ändert sich aktuell durch das dauerhaft höhere Preisniveau, aber vor allem auch durch zielgerichtete Förderungen. Gerne möchten wir heute über die Bundesförderung für effiziente Gebäude, kurz BEG, informieren, die am 1. Juli 2021 gestartet ist. Mit diesem Förderprogramm werden Sanierungsmaßnahmen in Wohn- und Nichtwohngebäuden mit bis zu 50

Prozent der Gesamtkosten gefördert, wenn dafür bestimmte (Effizienz-)Kriterien eingehalten werden. Das Programm ist außerordentlich attraktiv und eine Nutzung ist in den allermeisten Fällen sinnvoll.

Hintergrund ist das Klimaschutzprogramm 2030 der Bundesregierung, welches ein umfassendes Maßnahmenprogramm zur Senkung klimaschädlicher CO2-Emissionen beinhaltet, unter anderem neue bzw. erhöhte Förderungen für effizientes Sanieren. Gerade im Nichtwohngebäude-Bereich (NWG) haben die Förderkredite und Zuschüsse mittlerweile sehr attraktive Konditionen. Je nach Anwendungsfall sind verschiedene Förderquoten erreichbar.

- Für die Sanierung von ganzen Immobilien im Bestand hin zu einem Effizienzgebäude (z. B. EH 40, 55) gibt es Zuschüsse von bis zu 45 Prozent der Gesamtkosten (gedeckelt auf 1.000 Euro/m<sup>2</sup> bzw. 15 Mio. Euro je Gebäude). Die Höhe der Förderquote bemisst sich dabei nach dem erreichten Effizienzgebäudestandard.
- Zudem gibt es eine Erneuerbare-Energie- oder Nachhaltigkeitsklasse. Wird diese erreicht, steigt die Förderquote um 5 Prozent.
- Die Energieberatung und Bau-

begleitung wird großzügig unterstützt, um mit einer professionellen Energieberatung einen hohen Standard zu erreichen und mit einem wirtschaftlichen Konzept in der Nutzung möglichst wenig Primärenergie zu verbrauchen – denn es gilt: am günstigsten ist die Kilowattstunde, die gar nicht erst verbraucht wird. Beratungen für einen Sanierungsfahrplan hin zum Effizienzgebäude werden mit 80 Prozent der Beratungskosten gefördert (für KMU).

- Baubegleitung: Die energetische Baubegleitung bei Sanierungsvorhaben wird mit 50 Prozent bezuschusst. (Deckelung auf 5 Euro/m<sup>2</sup> bzw. 20.000 Euro)
- Hinweis: durch einen Förderstopp vom 24.01.2022 ist es aktuell nicht möglich, Förderanträge für Neubauvorhaben zu stellen. Über die Wiederaufnahme der Neubauförderung des Effizienzgebäudes 40 (EH 50) wird aktuell noch entschieden, mit einer Entscheidung wird in den nächsten Wochen gerechnet.
- Und auch wenn eine ganzheitliche Sanierung des Gebäudes nicht in Frage kommt oder unwirtschaftlich wäre, so sind einzelne Effizienzmaßnahmen

meist möglich und in vielen Fällen auch wirtschaftlich – diese Maßnahmen werden ebenso großzügig gefördert, für den Tausch einer Heizung etwa gibt es bis zu 45 Prozent der Gesamtkosten vom Staat – inklusive aller Nebenkosten.

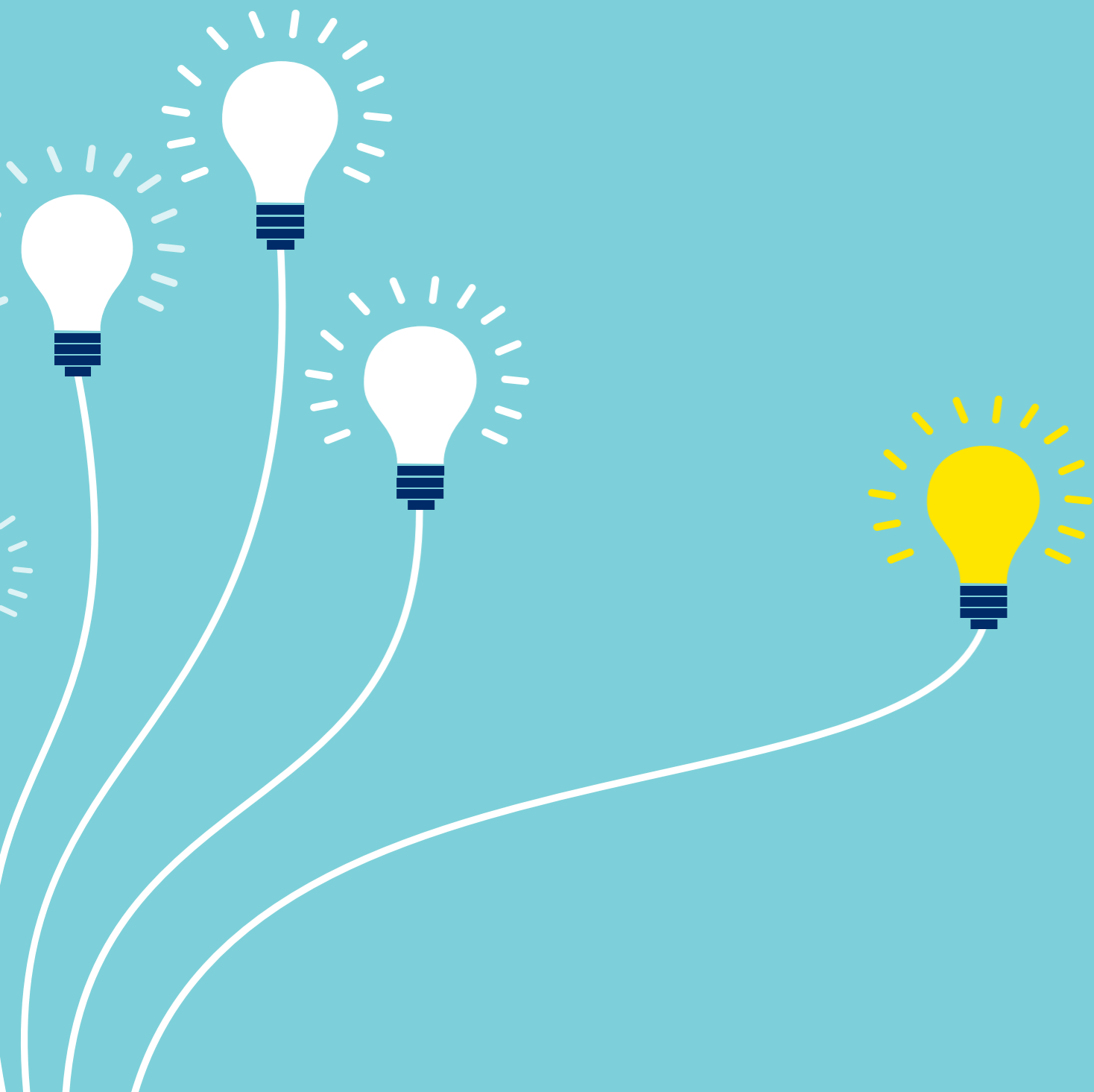
- Der Energieberater erstellt hier ein individuelles Konzept, das den Ist-Zustand und alle Rahmenbedingungen des Kunden berücksichtigt – mit klaren Handlungsempfehlungen und Investitionsstrategien. Dieses Konzept wird – wie sollte es auch anders sein – natürlich ebenso umfangreich gefördert, mit bis zu 80 Prozent der Gesamtkosten

Wichtig: Bitte führen Sie keine Beauftragungen durch, bevor die Förderungen beantragt sind (ausgenommen: Planungs- und Beratungsleistungen).

Raimund Zangl  
IBWF-Mittelstandsberater  
EEP Energieconsulting GmbH

Tel.: +49 89 7246949 - 66  
E-Mail: r.zangl@eep-energy.eu  
Internet: www.eep-energy.eu

# ENERGIEPREISE KOSTEN



Können neue Technologien das Wachstum  
meines kleinen Unternehmens wirklich fördern?

Kurz und knapp: Ja.

**„Wir wissen, dass in unserer  
sich schnell entwickelnden digitalen Welt  
die Sicherheit ein berechtigtes Anliegen für Unternehmen ist.“**

**W**ir hören oft, dass Unternehmen, die neue Technologien und innovative Arbeitsmethoden einsetzen, von mehr Flexibilität und Effizienz profitieren – und letztlich ihre Rentabilität steigern.

Eine einfache Entscheidung also, oder? Nicht ganz.

Obwohl die Vorteile der Einführung neuer Technologien in Ihrem Unternehmen hinlänglich bekannt sind, gibt es immer noch eine gewisse Zurückhaltung in der Umsetzung. Tatsächlich geraten viele kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei der Nutzung digitaler Technologien ins Hintertreffen – und gefährden damit ihre Produktivität und ihr Wachstum.

Eine kürzlich durchgeführte weltweite Studie ([www.xero.com/blog/2021/11/small-business-adopting-tech-psychology/](http://www.xero.com/blog/2021/11/small-business-adopting-tech-psychology/)) hat ergeben, dass nur jedes fünfte kleine Unternehmen neue Technologien bereitwillig annimmt, während fast jedes dritte Unternehmen bei der Einführung neuer technischer Hilfsmittel zögert.

Obwohl der deutsche Mittelstand mit über zwei Millionen Kleinunternehmen im Jahr 2021 für die Wirtschaft unverzichtbar ist, sind sie nicht wie viele andere Unternehmen weltweit die ersten, die digitale Technologien nutzen.

Sind sie von der Auswahl und den komplexen Onboarding-Prozessen überwältigt? Haben sie das Gefühl, dass die Risiken die Vorteile überwiegen? Oder sind sie einfach mit der derzeitigen Arbeitsweise zufrieden und zögern, sich zu ändern? Wenn sie sich so fühlen, sind sie definitiv nicht allein. Und natürlich gibt es nicht das eine Produkt, das alle ihre Probleme auf einmal lösen kann. Warum nehmen KMU neue Technologien also nicht an? Dafür gibt es viele Gründe.

Obwohl Veränderungen beneidenswert sind, tun sich manche Unternehmen immer noch schwer damit. Eventuell erkennen Sie sich in der nachfolgenden Liste:

**Sie sind zufrieden mit Ihrem derzeitigen Geschäftsmodell**  
Wenn Sie mit Ihrer derzeitigen Arbeitsweise zufrieden sind, ist es verständlich, dass Sie zögern, sich auf neues technisches Terrain zu begeben. Warum etwas Gutes und Funktionierendes verändern, nicht wahr?

Aber was heute gut genug ist, ist es morgen vielleicht nicht mehr – und sich mit dem Status quo zufrieden zu geben, birgt ein gewisses Risiko. Wenn sich Ihr Unternehmen verändert und weiterentwickelt, kann die Tabellenkalkulation, auf die Sie sich heute verlassen, morgen zu einem komplizierten, unüberschaubaren Problem



werden. Außerdem sind die manuelle Erfassung und Speicherung von Informationen auf lokalen Festplatten nicht immer sicher.

#### **Neue Technologien sind zu riskant**

Wir wissen, dass in unserer sich schnell entwickelnden digitalen Welt die Sicherheit ein berechtigtes Anliegen für Unternehmen ist.

Aber sichere, intelligente Lösungen stellen den Schutz Ihrer Daten immer in den Vordergrund. Verbesserte Sicherheit und DSGVO-konforme Software gewährleisten auf jeder Ebene die höchsten Standards der Datensicherheit. Es wäre schlicht zu teuer, wenn Ihre Daten irgendwo "durchsickern" würden – jeder ist mittlerweile rechtlich sehr gut abgesichert und die Gefahr des Verlierens eines sehr teuren rechtlichen Verfahrens ist immens.

#### **Neue Technik ist zu komplex und zeitaufwändig**

Wenn Sie Ihre Kontodaten einem unbekanntem System anvertrauen, gerät so manches Unternehmen ins Trudeln. Komplexe Einführungsprozesse halten Unternehmen davon ab, sich anzumelden.

Sicher, nicht jede digitale Lösung ist einfach. Obwohl Expertenteams Sie bei der Anmeldung und Nutzung dieser Plattformen unterstützen können, kann es sehr ermüdend sein, viele Stunden mit dem Support-Team zu verbringen.

Deshalb ist es wichtig, Plattformen zu wählen, bei denen Sie sofort in das Produkt einsteigen können und keine speziellen Produkteinstellungen erforderlich sind. In kürzester Zeit können Sie feststellen, ob es das ist, was Sie gesucht haben oder nicht.

#### **Neue Technik ist zu teuer**

Wenn Sie ein Upgrade Ihrer Geschäftsabläufe in Erwägung ziehen, ist es nur natürlich, dass Sie die Kosten abwägen und sich fragen, ob das Produkt einen Mehrwert für Ihren Betrieb bringt.

Sicherlich hat jedes Unternehmen ein anderes Budget, aber die Möglichkeit, das Produkt unbegrenzt und kos-

tenlos zu nutzen, erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Sie später ein Upgrade vornehmen möchten. Selbst wenn die Funktionalität des kostenlosen Plans eingeschränkt ist, haben Sie es nicht eilig, während der Testphase (manchmal ist es nur eine Woche!) herauszufinden, ob das Produkt das Richtige für Sie ist, und die Wahrscheinlichkeit ist viel höher, dass Sie die nächste gekaufte Software wirklich nutzen werden.

Wir sind drei Partner mit insgesamt ca. 26 Jahren erfolgreicher Berufserfahrung in der Bankbranche. Unser Motto ist, das Unmögliche zu wagen – wenn es sonst niemand wagt, versuchen wir es auf jeden Fall. Herausforderungen im Leben spornen uns an, das Beste daraus zu machen.

Wir lieben Innovation, Fortschritt und alle Veränderungen, die Dienstleistungen, Menschen und Technologie verbessern. Wir sind selbst Unternehmer und verstehen die Herausforderungen, denen sich jeder Unternehmer tagtäglich stellen muss. Wir respektieren und bewundern jeden, der sich entschlossen hat, den harten Weg zu gehen und sein eigenes Unternehmen zu gründen. Für kleine und mittlere Unternehmen fehlen jedoch viele der Möglichkeiten einer Organisation, die für ein großes Unternehmen zur Verfügung stehen.

Es werden immer viele Ressourcen und Zeit aufgewendet, um Produkte leicht verständlich und absolut einfach bedienbar zu machen. Schließlich ist das beste Design, wenn es scheinbar überhaupt kein Design gibt. Wir haben viele Ressourcen aufgewendet, um das System sicher und benutzerfreundlich zu machen, in unserem System steckt komplexes und wissensintensives maschinelles Lernen. Unser Ziel war es, ein handliches Notizbuch und eine Quelle für das Cashflow-Management der Geschäftsführung zu schaffen. Außerdem werden wir von der BaFin beaufsichtigt.

Wenn wir unsere Lösung anbieten, sind wir uns jedoch bewusst, dass keine neue Technologie ein Zauberstab ist und eine gesunde Angst vor dem Unbekannten verständlich ist. Wenn Sie nicht im Voraus wissen, welchen Wert es für Ihr Unternehmen haben wird, ist es wichtig,

das ganze Produkt von innen zu sehen. Vielleicht werden Sie sich eher für eine neue Technologie erwärmen, wenn der Einstieg leicht ist und Sie schnell genug herausfinden werden, wie dieses Produkt das Leben wirklich erleichtern und unnötige Kopfschmerzen beseitigen kann.

Kann Technologie also das Wachstum von Unternehmen fördern? Nun, nur die Entscheidung der Geschäftsführung kann ihr Unternehmen wachsen lassen. Die Technologie ist dazu da, um zu helfen.

Yulia Yaroslavtseva  
CEO von Puls Project  
Puls Technologies GmbH  
Tauentzienstraße 13  
10789 Berlin

Telefon: 030 311 982 94  
E-Mail: [info@pulsproject.de](mailto:info@pulsproject.de)  
[www.pulsproject.de](http://www.pulsproject.de)

# Klimaneutralität Das große Ziel!

von Boje Dohrn

**W**ussten Sie, wer sich des Themas Nachhaltigkeit zum ersten Mal angenommen hat?

Was wie eine Frage aus einer Quizsendung klingt, ist tatsächlich der ernste Hintergrund zu einem noch ernsteren Thema. Und dieses Thema ist nicht neu, denn bereits 1713 – und damit wird die Eingangsfrage beantwortet – wurde von Carl von Carlowitz das Abholzen der sächsischen Wälder für die Gewinnung des benötigten Brennstoffs im Bergbau und die wachsende Bevölkerung als rücksichtsloser Raubbau kritisiert – und damit das erste Mal das Prinzip der Nachhaltigkeit formuliert.

Nur festzustellen, dass wir es selbst in der Hand haben, die Missstände zu beheben, reicht nicht mehr aus. Heute ist Nachhaltigkeit umfassend und beinhaltet die ökonomische, ökologische und soziale Dimension.

Die ökonomische Sicht ist die einer leistungsfähigen Wirtschaft, die nachfolgenden Generationen keine Probleme hinterlässt. Bedeutete wirtschaftliches Arbeiten bisher für Unternehmen vor allem möglichst hohe Gewinne zu erzielen, steht jetzt nicht mehr nur die Gewinnmaximierung im Vordergrund. In den Fokus kommen zunehmend auch die Aspekte der Ökologie und der Art und Weise, wie wir chancengleich zusammen leben und arbeiten wollen.

Langfristig angelegte Strategien sollen daher dafür sorgen, dass es der Wirtschaft auch morgen noch gut geht und die Natur und Geld auch in Zukunft in gleicher oder besserer „Qualität“ für die Menschen zur Verfügung stehen.

Die ökologische Sicht fordert die Bewahrung der natürlichen Lebensgrundlagen für uns und kommende Generationen. Durch den Erhalt der Biodiversität, den Klimaschutz und einen schonenden Umgang mit natürlichen Rohstoffen wie Wasser, Luft und Boden sollen Umwelt und Natur für nachfolgende Generationen erhalten und bewahrt bleiben.

Die soziale Dimension bildet die Idee ab, dass für alle Menschen gleiche Chancen auf Wohlstand, Bildung und Kultur bestehen. Die Idee also auf eine Gesellschaft, die jedem Menschen das Recht auf Persönlichkeitsentfaltung ermöglicht. Dazu zählen auch Arbeit und Gleichberechtigung, wobei die Bekämpfung der Armut eines der langfristigen Ziele sein dürfte.

Heute, im Jahr 2022, sind wir an dem Punkt angekommen, von dem viele schon überzeugt sind, dass es der „Point of no Return“ ist. Die sozialen, ökonomischen und ökologischen Missstände sind nicht mehr zu übersehen und Handeln ist das Gebot der Stunde.

Bisher jedoch ist nachhaltiges Handeln teuer, so dass sich vor allem ertragsstarke oder große Unternehmen der Nachhaltigkeit widmen können. Sie setzen Nachhaltigkeitsmanager:innen ein, deren Fokus auf der Reduzierung des unternehmenseigenen CO<sub>2</sub>-Ausstoßes liegt.

Aber die Vermessung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks ist nur ein erster Schritt auf dem langen Weg zu mehr Nachhaltigkeit. Zwar ist aus dem Energiewende-Barometer 2021, für das der Deutsche Industrie- und Handelskammertag etwa 2600 Unternehmen zur Klimawende befragt hat, zu entnehmen, dass jeder zweite Betrieb sich Klimaneutralität als Ziel gesetzt hat.

Aber zur Wahrheit gehört auch: Die Hälfte der Betriebe hat noch kein Zieldatum für Klimaneutralität, obwohl Deutschland bis 2045 klimaneutral sein soll. Als größte Hürde sehen die Befragten im Moment den Aufwand, der erforderlich ist, um den eigenen CO<sub>2</sub>-Abdruck zu messen.

Klare Vorschriften oder Standards für die CO<sub>2</sub>-Bilanzierung gibt es in Deutschland nicht. Häufig wird für die Treibhausgas-Bilanz das »Greenhouse Gas (GHG) Protocol« verwendet. Doch viele Unternehmen wenden das noch nicht an. Und eine Klimabilanz aufzustellen, ist für mittlere und kleine Firmen immer noch freiwillig, obwohl sie fast 99 Prozent der Unternehmen in Deutschland stellen.

Andererseits: Ja, es gibt eine Handvoll Start-Ups, die sich auf die Messung von „Klimasünden“ spezialisiert haben. Aber diese Spezialisten zu engagieren, kostet. Und zusätzliche Kosten zwischen 5.000 bis 25.000 Euro pro Jahr – mit diesen Kosten ist zu rechnen – können sich die meisten KMUs kaum leisten.

Bleibt als Fazit festzuhalten: Für die meisten KMUs fehlt es momentan noch an passenden Werkzeugen und bezahlbarer Unterstützung. Wollen wir hoffen, dass dies an passender Stelle bemerkt und gegengesteuert wird, damit das große gesellschafts-politische Ziel – Klimaneutralität in 2045 – gemeinsam erreicht werden kann.

Anzeige

**puls**

## Kredite für Unternehmen bis zu €100.000,00

in 1 Tag zu einem festen Zinssatz von 1%/Monat  
basierend auf der Transaktionsanalyse Ihres  
Geschäftskontos

Liquiditätsplaner		8 März, Mo	9 März, Di	10 März, Mi	11 März, Do
<b>Gesamtsaldo</b>		+158.563,00	+176.631,00	+174.131,00	+171.631,00
DE74 **** 0031 13		+131.243,00	+92.311,00	+92.311,00	+92.311,00
DE55 **** 1234 56		+7.320,00	+64.320,00	+64.320,00	+64.320,00
DE55 **** 1234 27		+20.000,00	+20.000,00	+17.500,00	+15.000,00
<b>Alle Ausgaben</b>		-36.350,00	-12.677,00	-2.820,00	-2.820,00
Gehälter (7)		-36.200,00			
Bürokosten (2)			-1.320,00		-2.500,00
Papeterie H. Schmidt GmbH			-320,00	-2.500,00	



# Fachkräftemangel: Eigenes Handeln und Rahmenbedingungen

„Fachkräftemangel – Auswege aus einem absehbaren Dilemma. Wie ostdeutsche Unternehmen ihren Arbeitskräftebedarf decken und Mitarbeiter binden können.“ So lautete das Thema des 3. Ostdeutschen Unternehmertages (OUT) am 1. Dezember 2021 in Potsdam

Das Thema brennt trotz Corona auf den Nägeln, darauf wies Dr. Burkhardt Greiff, Sprecher der Interessengemeinschaft der Unternehmerverbände Ostdeutschlands und Berlin und als Präsident des UVBB zugleich Gastgeber des OUT, nachdrücklich hin. „Neben den pandemiebedingten Einschränkungen, unterbrochenen Lieferketten, Chipmangel oder exorbitant gestiegenen Material- und Energiekosten erweist sich der Mangel an geeigneten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als zentrale Bremse“, erklärte er. „Während andere Probleme sich allmählich lösen dürften, ist das beim Fachkräftemangel leider nicht in Sicht.“ Die Unternehmer fordern – nicht zum ersten Mal – bessere Rahmenbedingungen in der Politik, der Bildung und beim gesellschaftlichen Verständnis für die mittelständische Wirtschaft im Osten.

## Strategische Personalarbeit aufbauen

Prominente Politiker und Experten gaben Antworten und stellten sich der Debatte. Allerdings müssen die Unternehmen auch selbst mehr tun, um sich im Wandel zwischen Digitalisierung, Energiewende, De-Globalisierung und demografischer Entwicklung mit geeignetem Personal zu behaupten, so Dirk Werner, Leiter des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung (KOFA) beim Institut der deutschen Wirtschaft in Köln. Das KOFA hat in seinem Personalindex 2021 festgestellt, dass 38 Prozent der kleinen Unternehmen keine strategische Perso-

nenalarbeit leisten. Vorausschauende Annahmen über Personalengpässe, Talentbedarf, Fluktuation und Pensionierungen werden nur von einer Minderheit getroffen. Das müsse sich dringend ändern, mahnte Dirk Werner und gab eine Reihe von konkreten Handlungsempfehlungen. (NUVO hat über den Personalindex in den vergangenen Ausgaben berichtet.)

Tatsache ist: Mit eigener Aus- und Weiterbildung lässt sich der Mitarbeiterbedarf langfristig am besten sichern. Der am 1. Dezember noch geschäftsführende Arbeitsminister Hubertus Heil und Klaus-Peter Hansen, Leiter der Regionaldirektion Sachsen der Bundesagentur für Arbeit, erläuterten die zahlreichen Instrumente, mit denen Aus- und Weiterbildung gefördert werden können. „Und wenn es gelingt, einen Teil der über 400.000 Pendler in westliche Bundesländer zurückzugewinnen, kann das eine erhebliche Entlastung bringen“, sagte Klaus-Peter Hansen. Neben der Bezahlung müssten dann aber auch die Rahmenbedingungen stimmen, örtliche Infrastruktur, Kita, Schule, Nahverkehr, Freizeitmöglichkeiten usw.

## Gezielte Zuwanderung unverzichtbar

Unbestritten ist, dass Deutschland den Fachkräftebedarf nicht aus eigener Kraft decken kann. In vielen Regionen Ostdeutschlands zählen Fachkräfte aus Polen und Tschechien bereits heute zu den Leistungsträgern. Während Johannes Vogel, Erster Parlamentarischer Geschäfts-

führer der FDP-Bundestagsfraktion, die Notwendigkeit einer qualifikationsbezogenen Zuwanderung hervorhob, verwiesen Brandenburgs Ministerpräsident Dr. Dietmar Woidke und Wirtschaftsminister Prof. Dr.-Ing. Jörg Steinbach auf gute Erfahrungen in diesem Bereich. Diese seien angesichts der sehr dynamischen Entwicklung des Landes unverzichtbar. Ein Resümee des Tages zog Franz-Josef Metzgen, Senior Manager Political Affairs von Rolls-Royce: „Aus meinen langjährigen Teilnahmen an Veranstaltungen und der Erfahrung aus meiner politischen Arbeit von der 13.-17. Legislaturperiode im Deutschen Bundestag darf ich Ihnen sagen, dass die gestrige Veranstaltung auf genau dem richtigen Konzept basiert hat. Eine gelungene Veranstaltung!“

Der Ostdeutsche Unternehmertag wurde vom UVBB gemeinsam mit dem Innovationsforum Ost, medianet, dem Netzwerk der Mittelstandsberater IBWF, dem Verband der Digitalwirtschaft SIBB und dem Handwerkskammertag Land Brandenburg organisiert. Als Leading Partner engagierten sich die Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB), die IKK classic und die Signal Iduna Gruppe.

Der 4. Ostdeutsche Unternehmertag findet am 8. September 2022 im Kongresshotel Potsdam statt.

[www.ostdeutscher-unternehmertag.de](http://www.ostdeutscher-unternehmertag.de)

# Medienpreis Mittelstand Nord + Ost

## Preisverleihung beim 3. Medienpreis Mittelstand NORD+OST. Die GewinnerInnen und die Platzierten erhielten ihre Preise

Die Preisverleihung beim 3. Medienpreis Mittelstand NORD + OST fand am 22. Februar 2020 im Kongresshotel am Templiner See in Potsdam statt.

**A**usgezeichnet wurden herausragende journalistische Arbeiten aus dem Jahr 2021, die vom Wirtschaftszweig Mittelstand in Nord- und Ostdeutschland handeln. Zur Teilnahme waren JournalistInnen aus den Bundesländern Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein und Thüringen aufgerufen.

Die Jury, bestehend aus erfahrenen Medien- und Wirtschaftsvertretern hatte am 8. Februar 2022 aus 39 eingereichten Beiträgen die Gewinnerinnen und Gewinner ermittelt.

Diese erhielten am 22. Februar 2022 ihre Pokale, Urkunden und Preisgelder.

### Kategorie Print

#### 1. Platz:

Max Rauner / ZEIT Wissen  
„Am anderen Ende der Leitung“  
Preisgeld: 1.500 Euro

#### 2. Platz:

Stefan Lakeband / Weser-Kurier  
„Wir konnten nicht mal E-Mails schreiben“  
Preisgeld: 1.000 Euro

#### 3. Platz:

Kristina Läscher / DIE ZEIT,  
Magazin ZEIT für Unternehmer  
„Grün werden für Anfänger“  
Preisgeld: 500 Euro

### Kategorie TV

#### 1. Platz:

Thomas Falkner / MDR Fernsehen (MDR Umschau)  
„Materialknappheit: Verzögerungen auf Baustellen“  
Preisgeld: 1.500 Euro

#### 2. Platz:

Lutz Pehnert / MDR Fernsehen  
„Wer wir sind – Die DNA des Ostens“  
Preisgeld: 1.000 Euro

#### 3. Platz:

Christian Werner und Ben Arnold / MDR Fernsehen (MDR extra)  
„Personal dringend gesucht“  
Preisgeld: 500 Euro

Nominiert war René Römer / MDR Fernsehen (MDR Umschau)  
„Nachfolger(in) für Schmiedewerkstatt gesucht!“

### Kategorie Hörfunk / Podcasts

#### 1. Platz:

Jessica Braun / NDR  
„Weg mit den Chefs – Warum Firmen mehr Demokratie wagen“  
Preisgeld: 1.500 Euro

#### 2. Platz:

Katharina Elsner / NDR  
„Azubis lost in work: Berufseinsteiner in Corona-Zeiten“  
Preisgeld: 1.000 Euro

#### 3. Platz:

Franziska Ritter / rbb Inforadio  
„Spiele, Schallplatten und Sprachkurse: Comeback in Coronazeiten“  
Preisgeld: 500 Euro

### Träger des Wettbewerbes ist der IBWF e.V. – Das Netzwerk für Mittelstandsberater

„Mittelständisches Wirtschaftsleben ist einer der Grundpfeiler unseres Wohlstands in Deutschland. Umso mehr muss über die Sorgen und Erfolge dieser Unternehmen fundiert berichtet werden, damit die Wertschätzung für den Mittelstand breiter wächst. Der immer wachsende Zuspruch der Journalisten für den Medienpreis Mittelstand freut uns als Träger deshalb sehr.“, so Boje Dohrn, Präsident des IBWF.

### Exklusive Partner IKK classic und die SIGNAL IDUNA-Gruppe unterstützen aus Überzeugung.

„Handwerksbetriebe und mittelständische Unternehmen sind das Rückgrat der deutschen Wirtschaft und verdienen auch medial noch mehr Aufmerksamkeit. Deshalb freuen wir uns sehr über die vielen hochkarätigen Wettbewerbsbeiträge, die einmal mehr belegen, wie spannend das mittelständische Wirtschaftsleben in den nordöstlichen Regionen für ambitionierten Journalismus sein kann“, sagt Frank Hippler, Vorstandsvorsitzender der IKK classic.

„Das Handwerk, der Handel und Gewerbetreibende machen den Mittelstand in Deutschland aus und gehören traditionell zu unseren wichtigsten Kunden. Daher freuen wir uns, einen Wettbewerb unterstützen zu können, der Journalismus rund um das Thema Mittelstand auch regional fördert und auszeichnet, gerade in dieser ganz besonderen Zeit. Denn so können wir die Wirtschaft und unsere Kunden noch mehr unterstützen“, so Ulrich Leitermann, Vorstandsvorsitzender der Signal Iduna Gruppe.

Organisiert und koordiniert wird der Wettbewerb von seinem Initiator Michael Schulze und dessen Firma comprehend GmbH in Zusammenarbeit mit CCDM aus Potsdam. Weitere Informationen zum Medienpreis Mittelstand NORD+OST sowie Wissenswertes zu den Partnern des Wettbewerbes unter <https://nordost.medienpreis-mittelstand.de/> und bei Facebook.

### Träger

IBWF e. V. - Das Netzwerk der Mittelstandsberater  
Boje Dohrn  
Präsident  
Rosenstr. 2, 10178 Berlin  
Tel.: 030 54905 4442

[www.mittelstandsberater.de](http://www.mittelstandsberater.de)

### Kontakt

comprend GmbH  
Michael Schulze / Geschäftsführer  
Dennis-Gabor-Str. 2, 14469 Potsdam  
Tel. 0331 58115800  
[www.comprend.de](http://www.comprend.de)  
[nordost@medienpreis-mittelstand.de](mailto:nordost@medienpreis-mittelstand.de)

## Der Medienpreis Mittelstand – Hintergrund

Der nationale Medienpreis Mittelstand wird seit 2003 jährlich vergeben. Ziel ist, das Interesse von Journalisten und Medien an den Themen des Mittelstandes in Deutschland weiter zu stärken. Für die mittelständische Wirtschaft sind die Präsenz in den Medien und damit die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit äußerst wichtig. Marktchancen, Fachkräfte- und Nachwuchssicherung oder auch die digitale Transformation hängen eng mit der Verwurzelung im eigenen Lande zusammen.

Träger des Wettbewerbes ist der IBWF e.V. – Das Netzwerk der Mittelstandsberater. Exklusive Partner des Preises sind die IKK classic und die SIGNAL IDUNA Gruppe. Die Jury besteht aus Medienfachleuten und Wirtschaftsvertretern. Der Wettbewerb Medienpreis Mittelstand ist mit Preisgeldern in Höhe von insgesamt 19.000 Euro dotiert – darunter ein Nachwuchssonderpreis für Unterdreißigjährige mit 1.000 Euro.

Der 19. Medienpreis Mittelstand ist am 1. Oktober 2021 gestartet, Teilnahme ist noch bis zum 31.03.2022 möglich. Die Preisverleihung des 19. Medienpreis Mittelstand findet im Mai 2022 im Haus der Commerzbank am Brandenburger Tor in Berlin statt.

[www.medienpreis-mittelstand.de](http://www.medienpreis-mittelstand.de)

Der 4. Medienpreis Mittelstand NRW wiederum legt den Fokus auf den Mittelstand in Nordrhein-Westfalen und richtet sich an Journalisten deutschlandweit. Die Preisverleihung findet am 26. April 2022 in Düsseldorf statt.

[www.nrw.medienpreis-mittelstand.de](http://www.nrw.medienpreis-mittelstand.de)

# Leitfaden Frankreich

von Rechtsanwalt Jörg Luft

**F**ranchreich ist zwar seit einigen Jahren nicht mehr der wichtigste Handels- und Exportpartner der deutschen Wirtschaft, stellt für diese aber immer noch ein Schwergewicht dar: Deutsche Unternehmen liefern 17,3 Prozent aller Waren, die durch Frankreich importiert werden, und 14,3 Prozent aller in Frankreich produzierten Waren gehen nach Deutschland. Wichtigste Ausfuhr Güter von Deutschland nach Frankreich sind neben chemischen Erzeugnissen und Maschinen insbesondere Kraftfahrzeuge und Kraftfahrzeugteile. Produkte und Dienstleistungen aus Deutschland genießen durchweg einen guten Ruf. Rund 2500 deutsche Unternehmen sind mit Produktionsstätten und Vertriebsniederlassungen in Frankreich ansässig und beschäftigen circa 320.000 Personen. Die Vorteile des europäischen Binnenmarktes und die geografische Nähe erleichtern die geschäftlichen Beziehungen zwischen beiden Staaten genauso wie ein bereits 1959 geschlossenes Abkommen zur Vermeidung der Doppelbesteuerung.

## Investitionen in den ökologischen Wandel und die Kernenergie – so plant Frankreich die Zukunft

Nach einem erheblichen coronabedingten Konjunkturerinbruch im Jahre 2020 hat sich Frankreich zwischenzeitlich wieder erholt und steigerte in 2021 sein Bruttoinlandsprodukt um rund 7 Prozent

Auch wenn mehr als 50 Prozent der Staatsfläche Frankreichs landwirtschaftlich und viehwirtschaftlich genutzt werden (exportiert werden hauptsächlich Wein, Getreide und Milchprodukte), gilt Frankreich neben Deutschland in Europa als das wichtigste Industrieland.

Zu den stärksten Bereichen der französischen Industrie zählen Telekommunikation, Luftfahrt, Rüstungsgüter, Automobilbau, Pharmazie und Nahrungsmittel. Daneben spielt der Tourismus eine bedeutende Rolle.

Umfangreiche Konjunkturpakete und Großprojekte sollen die Wirtschaft ankurbeln und bieten gleichzeitig auch Geschäftschancen für deutsche Unternehmen: France Relance (staatliches Investitionsprogramm über 100 Milliarden Euro u. a. in den Bereichen ökologischer Wandel, Wärme-Isolierung von Gebäuden, grüne Technologien, Biotechnologie, Digitalisierung und Raumfahrt), France 2030 (staatliche Investitionen in Höhe von 8 Milliarden Euro u. a. in den Ausbau der Kernenergie durch den Bau von kleinen Atomkraftwerken, Bau von Wasserstofffabriken und elektrischen Fahrzeugen), zahlreiche Infrastrukturmaßnahmen insbesondere im Schienenverkehr und nicht zuletzt die Olympischen Sommerspiele 2024 in Paris.

Auch Frankreich sieht sich den Herausforderungen der Zukunft in Form von Klimaschutz, Digitalisierung, Fachkräftemangel und Alterspyramide ausgesetzt und versucht, auch um den sozialen Protestbewegungen (Gelbwesten) entgegenzuwirken, mittels Reformen zum Beispiel des Arbeitsrechts, der Rentenversicherung und der Arbeitslosenversicherung gegenzusteuern. Zuletzt coronabedingt und aktuell aufgrund der im Mai 2022 bevorstehenden Präsidentschaftswahlen ist der Reformeifer der französischen Politik allerdings ein wenig ins Stocken geraten.

## Worauf Investoren achten sollten

Die Gründung einer Niederlassung in Frankreich ist relativ unkompliziert und kann nicht nur rechtliche und steuerliche Vorteile bieten, sondern auch für Kundenbeziehung sowie Image attraktiv sein. Bei der Schaffung von Arbeitsplätzen müssen ausländische Investoren einkalkulieren, dass das französische Arbeitsrecht relativ arbeitnehmerfreundlich gestaltet ist und die arbeitgeberseitigen Sozialversicherungsabgaben auf das Bruttogehalt mit rund 40 Prozent doppelt so hoch sind wie in Deutschland. Der gesetzliche Mindestlohn in Frankreich beträgt im Jahre 2022 10,57 Euro brutto pro Stunde.

Die Sprache in der Verwaltung, aber auch die übliche Geschäftssprache ist Französisch, wenn auch in der jüngeren Generation eine erhebliche Verbesserung von Fremdsprachenkenntnissen (Englisch, Spanisch) festzustellen ist.

Quellen:  
GTAI: German Trade & Invest,  
Wikipedia, INSEE

Rechtsanwalt Jörg Luft  
IBWF-Mittelstandsberater  
Epp Rechtsanwälte Avocats  
Baden-Baden, Strasbourg, Paris,  
Sarreguemines, Bordeaux

www.rechtsanwalt.fr  
T. 07221-302370  
luft@rechtsanwalt.fr



## Frankreich

**Fläche**  
549.087 km<sup>2</sup>  
632.733 km<sup>2</sup> einschl. der Überseegebiete

**Einwohner (Schätzung 1.1.2021)**  
67,4 Millionen

**BIP (2020)**  
2301 Milliarden Euro,  
pro Kopf 34.130 Euro

**Arbeitslosenquote**  
8 Prozent

**Sprache**  
Französisch

**Währung**  
Euro

**Staatsform**  
Präsidentielle Republik

# Im nächsten Heft August 2022



## Titelthema: Employer Branding und Mitarbeiterzufriedenheit

Neue Mitarbeitende für sein Unternehmen zu gewinnen ist schwierig – allmählich für jede Branche. Umso wichtiger wird es, die Mitarbeitenden, die schon da sind, zu halten. Wie also gelingen geringe Fluktuation und Mitarbeiterzufriedenheit, der Aufbau einer starken Arbeitgebermarke und die Rekrutierung junger und gut ausgebildeter Menschen? Und wie können dabei die Sozialen Medien und gelungene Marketingkampagnen helfen?

Die Antworten darauf sowie weitere Anregungen rund um das Thema Employer Branding finden Sie in der nächsten Ausgabe von **FAKTORERFOLG**.

Und, wie immer, Fachtexte von Experten für Experten.

## Impressum

**Herausgeber**  
IBWF e.V. Das Netzwerk für Mittelstandsberater  
Rosenstraße 2  
10178 Berlin  
Telefon: +49. 30. 54 90 54 440  
info@mittelstandsberater.de  
www.mittelstandsberater.de

**Anzeigen und Verlag**  
IBWF e.V. Das Netzwerk für Mittelstandsberater  
Rosenstraße 2  
10178 Berlin  
Telefon: +49. 30. 54 90 54 440

**Redaktion und Layout**  
K2G Agentur für Markenführung, Birgit Voitke  
Maximilianstraße 45a, 13187 Berlin  
b.voitke@k2g.de

### Bildhinweise

Titelbild: # 1061630236, robertsrob, iStock.com  
S. 6 / 7: # 1299928418, , Dmitry Kovalchuk, iStock.com  
S. 8 / 9: # # 1080843340, s:radenmas, iStock.com  
S. 4, 10 / 11: # 1313740884, kadirka, iStock.com  
S. 12 / 13: # 1367845618, Stadtrate, iStock.com  
S. 14: # 1082017634, Feodora Chiosea, iStock.com  
S. 16: # 1169097271, dima\_sidelnikov, iStock.com  
S. 20: Jürgen Sendel  
S. 24 / 25: # 1308615804, neirfy, # 1006228778 serazetdinov, beide iStock.com  
S. 26: # 1086344506, treety, iStock.com

**Verantwortlich (V.i.S.d.P.):** Boje Dohrn, Präsident

**Erscheinungsweise:** 4 x jährlich  
**Druck:** Wir-machen-druck.de, Backnang

Sparen Sie Geld ...

# ... und gehen Sie einkaufen

**Rabatte bei über 500 Marken!**

Autos | Mode | Sport & Gesundheit | Essen & Trinken  
Haus & Garten | Elektronik | Dienstleistungen | Finanzen

**Ihre Zugangsdaten**  
erhalten Sie mit dem  
Mitglieder-Newsletter



LeasingRate24.de  
Leasen. Sparen. Losfahren.

**KUN**  
Movement that inspires

**SIXT** **UVA** | on  
Edenred  
company



... und viele weitere Marken

Als Mitglied haben Sie die Möglichkeit, bei über 500 Partnerunternehmen bis zu 60 Prozent zu sparen. Sie erhalten Sonderkonditionen in den Kategorien Reisen, Mode, Elektronik, Uhren & Schmuck, Lebensmittel, Haus & Garten, Gesundheit, Tierbedarf, Spielzeug, Finanzen sowie lokale Einkaufsvorteile.

Mit einem Klick erhalten Sie Ihre persönlichen Zugangsdaten.

Weitere Infos unter  
[www.mittelstandsberater.de/de/fuer-berater/vorteile-mitgliedschaft/einkaufsvorteile/](http://www.mittelstandsberater.de/de/fuer-berater/vorteile-mitgliedschaft/einkaufsvorteile/)



# Lassen Sie andere auch ins Team IBWF!

Wir profitieren alle davon. Sie besonders.

Warum? Na, Sie bekommen Geld  
und das Team neue Player.

Überzeugen Sie Kooperationspartner, Kollegen und andere Beratungsexperten, mit denen Sie zusammenarbeiten, von unseren Leistungen. Dann belohnen wir Ihr Engagement mit 155 Euro, die wir Ihrem Mitgliedsbeitrag anrechnen.

