

Offizielles Magazin
des Wettbewerbes
„Großer Preis
des Mittelstandes“



P.T. MAGAZIN

für Wirtschaft und Gesellschaft

8. Jahrgang | Ausgabe 2 | 2012 | ISSN 1860-501X | 3 Euro

www.pt-magazin.de

VISIONÄR MIT HERZ



Mittelstandspreis
3.589 Nominierte Unternehmen

Was ist Populismus?
Politik und Menschenbeeinflussung

M&A-Build-Strategie
Ulrich Blum über Wachstumschancen für Mitteldeutschland

Change Management
„Die Lösung bist Du!“





Sie haben ein Unternehmen. Wir haben für Sie zwei erfolgreiche Geschäftsmodelle.



Der ŠKODA Octavia und der ŠKODA Superb. Wer sein Unternehmen zum Erfolg führen will, braucht die richtige Strategie. Unsere Empfehlung: Setzen Sie auf die „Flottenautos 2011“* und „Firmenautos des Jahres 2011“** – den Octavia und den Superb. Nicht zuletzt dank ihrer Wirtschaftlichkeit, Sicherheit und effizienten Technologien haben sie beide Wettbewerbe dominiert. Eine eindrucksvolle Bilanz, die sich auch für Ihren Betrieb auszahlt – besonders durch unsere attraktiven Konditionen für Geschäftskunden. Stellen Sie unsere Erfolgsmodelle auf die Probe. Weitere Informationen erhalten Sie unter unserer Business-Hotline 0 18 05/25 85 85 (0,14 €/Min. aus dem deutschen Festnetz, Mobilfunk max. 0,42 €/Min.) oder www.skoda-auto.de

Kraftstoffverbrauch für alle verfügbaren Motoren in l/100 km, innerorts: 14,4–5,1; außerorts: 7,8–3,5; kombiniert: 10,2–4,1; CO₂-Emission kombiniert in g/km: 237–107 (gemäß VO (EG) Nr. 715/2007). Abbildung zeigt Sonderausstattung.

*Superb: Obere Mittelklasse (Import), Octavia: Mittelklasse (Import). In: Autoflotte, Ausgabe 5, vom 29.04.2011.

**Superb: Mittelklasse (Import), Octavia: Kompaktklasse (Import). In: FIRMENAUTO, Ausgabe 9, vom 12.08.2011.



Dr. Helfried Schmidt

Mut zur Führung!

Eines muss man **Angela Merkel** lassen: Als kinderlose Frau aus Ostdeutschland mit FDJ-Vergangenheit und Quotenmädchen von **Helmut Kohl** hatte sie nicht die besten Voraussetzungen für eine Politikkarriere. Dafür hat sie unglaublich viel aus ihrer Kanzlerrolle herausgeholt. Das macht ihr so schnell keiner nach.

Seit dem Einzug ins Kanzleramt im Jahr 2005 steht auf ihrem Schreibtisch ein Porträtstich der russischen Zarin **Katharina der Großen**. Als Selbstverpflichtung und als Ansporn. All ihre politischen Gegner wussten sofort: Das ist auch eine Drohung. Denn die sachsen-anhaltische Katharina, die 16-jährig den russischen Thronfolger heiratete, stürzte diesen im Alter von 33 Jahren und regierte anschließend das russische Ries Reich erfolgreich als Alleinherrscherin, bis sie 1796 im Alter von 67 Jahren starb.

Man kann die Merkelschen Ansichten teilen oder nicht, man kann sie unterstützen oder verfluchen. Aber das Versprechen zur Macht, zur Führung, das sie mit dem Porträt Katharinas kundtat, das hat sie zweifellos gehalten. Nicht umsonst ernannte sie das Magazin „Forbes“ mehrfach zur „mächtigsten Frau der Welt“.

Im Unternehmertum dagegen mangelt es dagegen an Führerschaft, kritisiert Fernsehkoch **Christian Rach** im Interview mit der absatzwirtschaft. Das ist doch eigentlich erstaunlich. Woran mag das liegen? Nach gefühlten 6.897 Fernseh-Talkshows über soziale Gerechtigkeit traut sich in Deutschland nur noch einer, öffentlich stolz wirtschaftlichen Erfolg zu verkünden: „Selbst ein **Bill Gates** kann Trigma nicht kaufen, wenn ich nicht zustimme.“ Bei **Wolfgang Grupp**, dem König von Burladingen, ist eben immer alles ganz anders.

Für die übrigen Unternehmensführer ist „Gewinn machen“ viel seltener ein akzeptables Unternehmensziel. Zu schnell könnte das eigene moralische

Verfallsdatum erreicht sein. Also führen sie ihre Unternehmen wie Wohlfahrtsverbände und wollen die Welt retten. Das fiel sogar taz-Kolumnist **Wiglaf Droste** in brandeins auf: „Früher wurde man Unternehmer, weil man zu einem vernünftigen Preis ein Problem für andere Leute lösen konnte. Heute wäre das eine halbe Sache. Die meisten wollen nichts verkaufen - sie wollen etwas bewirken oder gar bewegen.“

So kommt es, dass Energiekonzerne keinen Strom verkaufen, sondern Energiewenden und Nachhaltigkeit. Fastfood-Ketten, Möbelhäuser, Supermärkte und Bekleidungsketten setzen sich für Wale, Waisen, Wälder oder gegen Welthunger ein, stets ausdrücklich... Der traditionelle Geschäftszweck reicht nicht mehr.“

Doch wieso ist die deutsche Wirtschaft dann ganz gut durch die Krise gekommen? Lag es nur an Kurzarbeitergeld und Abwrackprämie? Vielleicht haben die Unternehmer einfach endlich **Hermann Simon** zugehört, dem vielleicht größten deutschen Wirtschaftsdenker seit **Peter Drucker**. Für Simon ist das Streben nach Marktanteil statt nach Gewinn willkürlich und irreführend. Schließlich schützen selbst große Marktanteile in reifen, gesättigten Märkten nicht vorm Untergang, wie man bei Karstadt oder Opel sehen konnte. Simon predigt die „Renaissance des Gewinns.“ Denn Unternehmen ohne Gewinn geht es wie Menschen ohne Einkommen: Sie zehren von ihrer Substanz, verzichten auf Innovation und Veränderung, und gehen trotz Arbeit Pleite.

Gerade der Mittelstand braucht Mut zur Führung! Dazu will die vorliegende Ausgabe wieder beitragen. ■

H. Schmidt

Dr. Helfried Schmidt

FINGERHAUS
EIN QUALITÄTSBEGRIFF



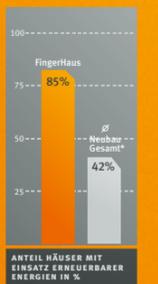
- + ENERGIESPAREND
- + INNOVATIV
- + SICHERE GELDANLAGE

HEIß HEIZEN MIT
Nr. 1
ERDWÄRME

Bewährt und besiegelt!

Nachhaltige
Qualität und
individuelle
Architektur.

Informieren Sie sich über die Effizienz- und EnergiePlus-Häuser Ihres Spezialisten für erneuerbare Energien unter www.energie-plus-haus.de.



PREISTRÄGER
Großer Preis des
Mittelstandes



FingerHaus GmbH
35066 Frankenberg
Telefon 06451 504-0
www.fingerhaus.de



Foto: KOMSA Kommunikation Sachsen AG

Visionär mit Herz
In einem Alter, wo andere den Ruhestand herbeisehnen, wagte Dr. Gunnar Grosse den privaten und geschäftlichen Neustart.

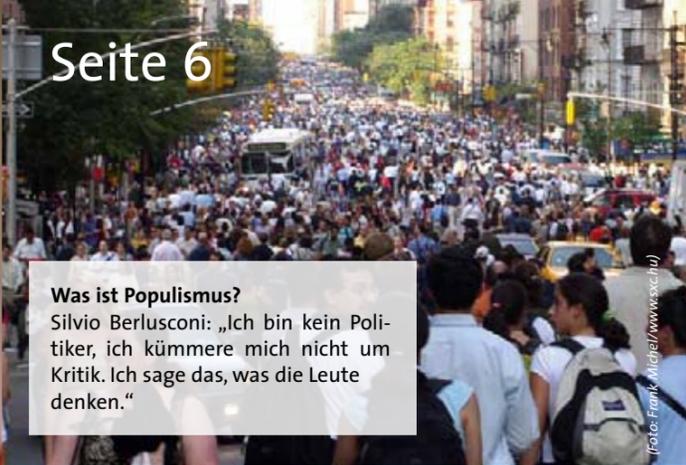


Foto: Frank Michel/www.sxc.hu

Was ist Populismus?
Silvio Berlusconi: „Ich bin kein Politiker, ich kümmere mich nicht um Kritik. Ich sage das, was die Leute denken.“

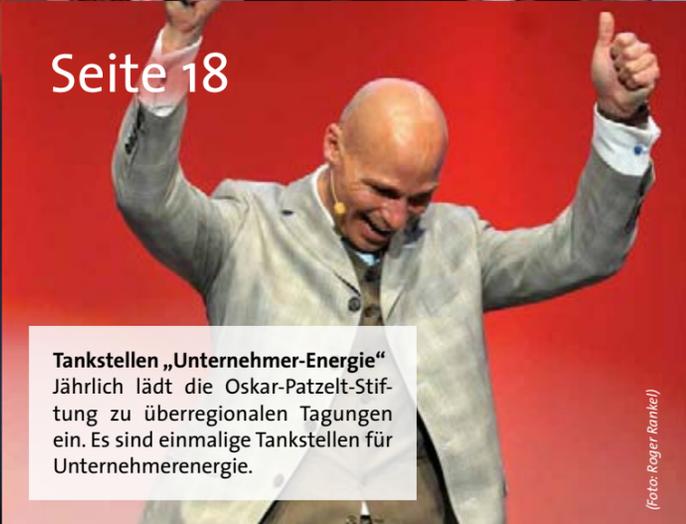


Foto: Roger Rankel

Tankstellen „Unternehmer-Energie“
Jährlich lädt die Oskar-Patzelt-Stiftung zu überregionalen Tagungen ein. Es sind einmalige Tankstellen für Unternehmerenergie.



Foto: Bodenmais Tourismus und Marketing GmbH

Bezahlen Sie mit Bodenmais
Bodenmais ist mit 2,8 Millionen Übernachtungen und dem Großen Arber als Wahrzeichen eine der beliebtesten Ferienregionen Deutschlands.



NEU
Verbesserter Onlineshop mit vielen neuen Funktionen!

Europa's größter Onlineshop für Kanten!

- Zu über 20.000 Plattendekoren die passende Kante – einfach und schnell zu finden im Onlineshop oder im aktuellen Kantenkatalog
- Mehr als 10.000 Kanten und Profile innerhalb von 24 Stunden geliefert
- 2 % Rabatt auf alle Online Bestellungen

Ostermann

An allen Ecken und Kanten

Tel.: 02871 2550 0
Fax: 02871 2550 30
verkauf@ostermann.eu
www.ostermann.eu

Rudolf Ostermann GmbH
Schlavenhorst 85 • 46395 Bocholt

In diesem Heft

Balleinladung... Seite 26
...für die Auszeichnungsveranstaltungen der Oskar-Patzelt-Stiftung. Hier finden Sie das Anmeldeformular für alle Länderbälle und den Bundesball in Berlin



Leitthema

- 40 Headquarterstrategie für Mittelstand**
Gesucht: M&A-Build-Strategie, damit global aktive Mittelständler zu Zentren der Wertschöpfung werden
- 44 Visionär mit Respekt und Herz**
Mit 51 gründete der Schwede Gunnar Grosse im „Wilden Osten“ einen der führenden europäischen Dienstleister der Informations- und Kommunikationstechnologiebranche
- 46 Mit „Soft“ alleine geht es nicht**
Veränderungsmanagement im Mittelstand: eine Untersuchung kritischer Erfolgsfaktoren

Gesellschaft

- 6 Was ist Populismus?**
Von Populismus bis Demagogie – Die Methoden der Politik
- 10 Von Merindrei nach Brach**
Vision einer zukünftigen Gesellschaft
- 14 Sozial oder sozialistisch?**
Sozialismus in Theorie und Praxis, Wunsch und Wirklichkeit

Oskar-Patzelt-Stiftung

- 18 Tankstellen „Unternehmer-Energie“**
Highlights der Oskar-Patzelt-Stiftung am 16. März in Fulda und am 20. April in Halle
- 20 Die Nominierungen 2012**
3.589 Unternehmen, Banken und Kommunen wurden für den „Großen Preis des Mittelstandes“ 2012 nominiert
- 24 „Wir sind einfach begeistert!“**
Ballabende der Oskar-Patzelt-Stiftung im Anschluss an die Gala zur Auszeichnung der besten Wettbewerbsteilnehmer sind Höhepunkte im Wirtschaftsjahr

Wirtschaft

- 28 Mitarbeiterbindung im Mittelstand**
Talent Management in mittelständischen Unternehmen ist eine unverzichtbare Kernaufgabe
- 32 Unwichtig für das Alltagsgeschäft**
Die Frauenquote wird überbewertet – Stimmen aus dem deutschen Mittelstand

- 34 Starke Europäer schlagen die USA**
INSM-Innovationsmonitor 2012: Schwächen sind bei jungen Unternehmen der Spitzentechnologie festzustellen.
- 36 Klares Fernziel hilft**
Der Leuchtturm am Horizont ermöglicht es, sich in jeder Situation aufs Ziel hin auszurichten. Diese Orientierungsfunktion erfüllt bei Firmen ein „Unternehmens-Lebenszielplan“.
- 48 Mehr Begeisterung, bitte!**
Liefen Sie mehr als 100 Prozent: etwas, mit dem Ihre Kunden nicht rechnen. Oder etwas, das die Konkurrenz nicht hat.
- 50 Limbisches Marketing**
So erreichen Sie die Emotionen Ihrer Kunden auf allen Kanälen
- 52 Pfändung der Rüruprente möglich**
Wie Versichererlügen millionenfach dem Mittelstand schaden
- 54 Weitblick gefragt**
Beim Vererben von Unternehmensvermögen profitieren
- 56 Der gute Mensch von Chicago**
Deutschland liebt US-Präsident Barack Obama für sein Charisma und seinen Gerechtigkeitsinn. Ist er der oberste Hypothekendrucker der USA?

Regional-Special

- 58 Bayern und der Rest der Welt**
Bayerns unbestreitbare Erfolge lassen sich nicht mit dem weiß-blauen Klischee erklären. Sonst müsste sie ja jeder nachmachen können.
- 60 Bezahlen Sie mit Bodenmais**
Im Bayerischen Wald gibt es einen Geheimtipp: Bodenmais. Trendy und voller verrückter Marketingideen.
- 62 Partnerschaften rund um den Erdball**
Die Städte, Gemeinden und Landkreise in der Metropolregion Nürnberg pflegen den Kontakt zu insgesamt 390 Partnerkommunen in aller Welt

Kultur | Lifestyle

- 64 Land Rover Discovery**
Die Entdeckung einer Erkenntnis

Leserbriefe | Impressum

- 66 Lob und Kritik zum Heft**



Während man außerhalb Europas seit langem mit Populismus vertraut ist, trat er in Europa in nennenswertem Umfang als überwiegend rechtes Phänomen erst seit den 1970er Jahren auf. Als Unterscheidungskriterium für linken oder rechten Populismus können die Begriffe Inklusion und Exklusion herangezogen werden. Linker Populismus strebt durch Partizipation und Ressourcenverteilung die Inklusion unterprivilegierter Bevölkerungsschichten in ein parastaatliches, direkt an die Person des „Führers“ gebundenes, parlamentarisch nicht kontrolliertes Klientelsystem an. Rechter Populismus betreibt umgekehrt die Exklusion von Menschen („Sozialstaatschmarotzer“, Immigranten, Asylbewerber, ethnische Minderheiten) und reserviert politische und soziale Teilhaberechte nur für die eigene Bevölkerung.

Populismus: ein Relationsbegriff

Populismus ist kein Substanz-, sondern ein Relationsbegriff. Versteht man seit **Aristoteles** unter Substanz etwas, das zu seiner Existenz keines anderen Dinges bedarf, so hat der Populismus keine Substanz im Sinne eines zentralen, nur ihm eigenen Wertesystems. Der Politikwissenschaftler **Paul Taggart** definiert den Populismus daher als „inhärent unvollständig“; er habe ein „leeres Herz“, was seine Schwäche, aber auch seine Flexibilität ausmache. Als zyklisches Phä-

„Populisten“ oder „Demagogen“ sind immer die Anderen. In Talkshows und Wahlen streiten Politiker miteinander um das Recht, „die Menschen da draußen“ zu vertreten. Doch die wenden sich verstört, wütend oder bestenfalls amüsiert immer häufiger ab.

nomen, das oft mit einem Chamäleon verglichen wird, passt er sich permanent neuen Bezugssystemen an und setzt sich zu ihnen in eine Anti-Beziehung.

Auch wenn sich Populismus nur in Relation zu einem akuten Gegner bestimmen lässt, verfügt er über ein ideologisches Minimum, das auf einer vertikalen Achse von „Volk“ und „Elite“ beruht. Um diese Achse gruppiert sich ein Bündel nicht variabler Vorstellungen, die nicht politisch, sondern moralisch verankert sind. Der Populismusforscher **Cas Mudde** definiert Populismus daher als „eine Ideologie, die davon ausgeht,

dass die Gesellschaft in zwei homogene, antagonistische Gruppen getrennt ist, das ‚reine Volk‘ und die ‚korrupte Elite‘, und die geltend macht, dass Politik ein Ausdruck der *volonté générale* oder des allgemeinen Volkswillens sein soll“.

Zur Bestimmung des Populismus als Ideologie ohne gesellschaftstheoretisches Substrat ist der vom Ideologietheoretiker **Michael Freeden** geprägte Begriff einer „dünnen Ideologie“ hilfreich. Im Unterschied zu Hochideologien wie dem Liberalismus oder dem Sozialismus“ gelten Ideologien dann als „dünn“, wenn sie wie der Nationalismus,

Was ist Populismus?

Von Populismus bis Demagogie – Die Methoden der Politik

die Ökologiebewegung oder der Feminismus ein spezifisches Ziel verfolgen, sich aber in anderen Politikfeldern an eine komplexere Ideologie anlehnen, die Freeden als Wirtsdeologie bezeichnet.

Merkmale des Populismus

Populismus zeichnet sich durch folgende Merkmale aus: Berufung auf den common sense, Anti-Elitarismus, Anti-Intellektualismus, Antipolitik, Institutionenfeindlichkeit sowie Moralisierung, Polarisierung und Personalisierung der Politik. Das Grundaxiom ist die Berufung auf den common sense. Aus populistischer Sicht ist der „gesunde Menschenverstand“ dem Reflexionswissen von Intellektuellen nicht nur ebenbürtig, sondern überlegen, weil er auf konkreter, lebensweltlicher Erfahrung beruhe, noch nicht vom Virus des modernen Skeptizismus infiziert sei und daher noch einen unverfälschten, „gesunden“ Zugang zu Recht und Wahrheit habe.

Populismus beruht - unabhängig von seiner Verortung auf einer Rechts-Links-Skala- auf der Aversion gegen die „Bevormundung“ des Volkes durch Funktionseliten. Diese Aversion ist aber scheinemanzipatorisch, wird doch Mündigkeit nicht als Prozess der Selbstwerdung, sondern als ein statisches Apriori verstanden. Populismus betreibt keine bloße Aufwertung des Volkes, sondern eine Umpolung der Wertigkeiten von Volk und Elite und ist nur in einem instrumentellen Sinne antielitär. Er richtet sich lediglich gegen die jeweils herrschende Elite, strebt aber den Aufstieg einer neuen, moralisch überlegenen Elite an. Ein weiteres Merkmal ist die Antipolitik. Populisten mobilisieren vor allem bildungsferne, unpolitische Teile der Bevölkerung, die Politik schlechthin für ein „schmutziges Geschäft“ halten.

Sie treten daher als antipolitische Sprachrohre und Seismografen des common sense auf, sei es als grobschlächtiger, im Dialekt sprechender „Mann von der Straße“ wie **Umberto Bossi** (italienische Lega Nord), als „einfache“ Hausfrauen wie **Pia Kjaersgaard** (Dänische Volkspartei) und **Sarah Palin** (Tea Party-

Bewegung in den USA) oder als antipolitischer Unternehmer wie **Silvio Berlusconi** (Popolo della Liberta in Italien): „Ich bin kein Politiker, ich kümmere mich nicht um Kritik. Ich sage das, was die Leute denken.“

Zu den konstitutiven Merkmalen des Populismus gehört ferner die Moralisierung der Politik. Unabhängig von ihrer politischen Ausrichtung gelten die Eliten als korrupt, doppelzüngig, eigennützig, abgehoben und arrogant. Dagegen verbürge die moralische Überlegenheit des Volkes ein jedem diskursiven Rechtfertigungszwang enthobenes Wissen über das, was recht und unrecht, wahr und falsch ist.

Populismus als Krisensymptom

„Der Populismus entsteht nicht aus dem Nichts, sondern stets im Gefolge einer gesellschaftlichen Krise und einer allgemeinen Ernüchterung. (...) Das seit Jahrzehnten zu beobachtende Wiederaufleben des Populismus signalisiert eine Krise der repräsentativen Demokratie.“

Alexandre Dorna, Wer ist Populist?, 25.11.2003

Wie gehen Populisten vor?

Der Politikwissenschaftler **Pierre-Andre Taguieff** unterscheidet analytisch zwischen Protest- und Identitätspopulismus. Protestpopulismus tritt als Ein-Thema-Bewegung, oft als Steuerstreik, auf, wendet sich aber auch gegen bestimmte Modernisierungsvorhaben in Verbindung mit ökonomischer und politischer Machtkonzentration. Seit Ende des 19. Jahrhunderts gibt es diesen Protest von Gruppen mittlerer sozialer Lagen, die sich von zu raschen Modernisierungsschüben bedroht fühlen, sei es vom Eisenbahnbau in den USA Ende des 19. Jahrhunderts oder von den Warenhäusern und Großhandelsketten der modernen Konsumindustrie im Poujadismus im Frankreich der 1950er Jahre.

In jüngster Zeit zeigt sich dieser monothematische Bürgerprotest bei „Stuttgart 21“ oder der Occupy-Bewegung, die gegen die moralisch ungehemmte Gier der Banker an der Wallstreet mobilisiert. Da protestpopulistische Bewegungen aber thematisch und meist auch lokal begrenzt sind, gehen sie entweder rasch unter oder werden von einer komplexeren Partei absorbiert.

In einem fließenden Kontinuum kann Protestpopulismus in Identitätspopulismus übergehen, denn häufig berufen sich auch Protestpopulisten auf ihre regionale oder nationale, traditionalistisch verstandene Identität. Vorherrschend ist heute der Identitätspopulismus. Er zeigt sich in einer Radikalisierung und Essentialisierung der kulturellen Zugehörigkeit durch Abwertung der „Anderen“. Ein Beispiel bietet die Äußerung **Geert Wilders'** in Berlin im Jahr 2010 als Gast der Partei Die Freiheit: „Eines der Dinge, die zu sagen nicht mehr erlaubt wird, ist, dass unsere Kultur bestimmten anderen Kulturen überlegen ist.“ Im Unterschied zum Protestpopulismus tritt der Identitätspopulismus durch Symbol- und Erinnerungspolitik mehrdimensional und auf parlamentarischer wie auch außerparlamentarischer Ebene auf. In der Schweiz hat beispielsweise die Jugendorganisation der SVP im März 2011 die „Aktion Wil-

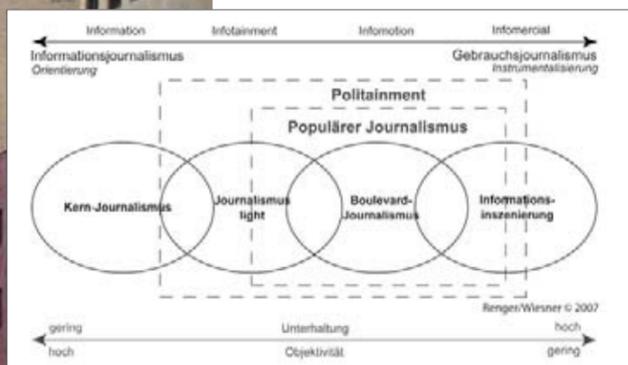
Begriffserklärung

- **Populismus** = eine um „Nähe zum Volk“ bemühte Politik, die Unzufriedenheit, Ängste und aktuelle Konflikte für ihre Zwecke instrumentalisiert, indem sie Gefühle anspricht und einfache Lösungen verspricht.
- **Demagogie** = Politik, die den Massen schmeichelt und an ihre Gefühle, Instinkte und Vorurteile appelliert. Wahres wird übertrieben oder grob vereinfacht dargestellt. Handlungsvorschläge sind scheinbar alternativlos. Die eigene Sache wird für die Sache aller Gutgesinnten ausgegeben. Starökonom Max Otte: „Die Euro-Rettung ist Demagogie!“



Gesellschaft

Foto: Frank Mitzel (www.sx.chu)



Sind es die Populisten, welche die Massenmedien besonders gut nutzen können, oder sind es die Massenmedien, die durch ihre Aufmerksamkeitsregeln Politiker und Politikerinnen dazu bringen, sich populistisch zu verhalten?

Wahrheit läge. Bürgernähe wird heute zunehmend durch Kommunikationstechniken ersetzt. Werden Zielvorgaben an der Wahlurne nicht honoriert, so seien diese den „begriffsstutzigen“ Menschen „draußen im Lande“ von spin doctors und Kommunikationsexperten nur nicht richtig „kommuniziert“ worden. Eine solche Sichtweise ist Wasser auf die Mühlen des Populismus, dessen positive Funktion darin liegen kann, politische Sklerosierung aufzubrechen, die Kartellisierung der „politischen Klasse“ infrage zu stellen und apathische, passive Bevölkerungsschichten politisch zu aktivieren – wenn auch um den Preis der Mobilisierung von Wut, Empörung und anderen „Leidenschaften“. Sinkende Wahlbeteiligung, Mitgliederschwund in den etablierten Parteien und eine wachsende Zahl von Nichtwählern, vor allem in den unteren sozialen Segmenten, verweisen heute

„helm Tell“ gestartet, bei der landesweit Ortsnamensschilder mit dem Untertitel „Gemeinde Europas“ mit Plakaten in der Landesfarbe und der Aufschrift „Schweizer Gemeinde“ überdeckt wurden. Populisten treten als agenda setter auf, die tabuisierte, unliebsame oder vernachlässigte Themen aufgreifen und insofern nicht nur eine Bedrohung, sondern auch eine produktive Herausforderung darstellen können. Ihre positive Funktion

als „nützliches Korrektiv“ (Frank Decker) wird vor allem darin gesehen, dass sie die intrinsische Spannung der modernen Demokratie zwischen zwei Pfeilern - dem Konstitutionalismus (Rechtsstaatlichkeit) und der Volkssouveränität - thematisieren.

Populisten prangern die „Parteiherrschaft“ als selbstreferenziell an und wären weitaus weniger erfolgreich, wenn darin nicht ein Körnchen

auf ein demokratisches Defizit, das durch die Mehrebenenpolitik im Zuge der europäischen Vereinigung noch verstärkt wird. Das Gefühl der Machtlosigkeit gegenüber intransparenten Prozessen war immer schon und ist auch heute ein günstiger Nährboden für Populismus.

Liberaler Rechtspopulismus oder populistischer Liberalismus?

Während der organisierte Liberalismus unter einer Glaubwürdigkeitskrise leidet, artikuliert sich das genuin liberale Verlangen nach Selbstbestimmung und Freiheit von Bevormundung heute über das Ventil des Populismus, sei es in (links-)liberalen Bürgerprotestbewegungen oder im Rechtspopulismus. Dieser hat den von etablierten Parteien vakant gelassenen Raum zwischen Rechtsextremismus, Nationalkonservatismus und Nationalliberalismus mit dem Thema der „nationalen Identität“ besetzt und zu einem geschlossenen, gegen äußere Einflüsse immunen Regelkreis verengt.

Dabei bediente sich schon der Marketingexperte Fortuyn des aus der Werbung bekannten branding, der Konstruktion eines unverwechselbaren, vom „Establishment“ tabuisierten Markenzeichens: der Islamophobie. Während Berlusconi aus innenpolitischen Gründen noch unzeitgemäß gegen die „kommunistische Gefahr“ Front machte, haben die Trendsetter Fortuyn und Wilders den Manichäismus von Freund und Feind aktualisiert und zu einem Weltanschauungskampfbildungsprozess: Freiheit gegen Totalitarismus (den des Islams).

Populismus ohne Volk?

Freiheitlich, patriotisch, islamkritisch – in dieser Reihenfolge tritt heute der Rechtspopulismus als Populismus ohne Volk auf. Aber trotz seiner Erfolge zeigt er auch Schwächen und Unwägbarkeiten wie die Parteienlandschaft insgesamt: Fluktuation, Fragmentierung, Abspaltungen, Führungs- und Richtungskämpfe, kurze Halbwertszeiten (vor allem in Deutschland) sowie temporäre, teilweise starke Wählereinbußen wie bei der Lega Nord, der FPÖ und der FN. Wähler-

soziologisch sind im Rechtspopulismus zwei Segmente überrepräsentiert: mittelständische Gruppen (kleine Kaufleute, Handwerker, andere, durchaus prosperierende Selbstständige) und Arbeiter im privaten Sektor, die zuvor eher links gewählt haben, sich aber von den zur „neuen Mitte“ drängenden Parteien der Linken nicht mehr repräsentiert, ja sogar betrogen fühlen. Sie tragen unvereinbare Erwartungen an diese Parteien heran: mehr oder weniger Staat, höhere oder geringere Steuern, Abbau oder Verteidigung des Sozialstaats.

Ein Bündnis dieser heterogenen Wähler kann nur durch übergreifende Themen geschmiedet werden, die auf der Bedrohungsskala für alle Gruppen Vorrang haben: innere Sicherheit, Immigration und die EU. Die Bedrohungen werden zu einem Syndrom gebündelt und, aktuell, auf den Islam als Generalfeind externalisiert.

Ist die Wiederbelebung der Freund-Feind-Konstellation des Kalten Kriegs unter antiislamischem Vorzeichen aber noch mit der vertikalen Polarisierung des genuinen Populismus vereinbar? Schon 1968 hat der Politiktheoretiker **Isaiah Berlin** zwischen echtem und falschem Populismus unterschieden. Populismus ohne Volk ist falscher Populismus, der von anderen politischen Kräften instrumentalisiert und auf eine Mobilisierungstechnik reduziert wird, für die es einen adäquateren und präziseren Begriff gibt: Demagogie. ■

Prof. Dr. Karin Priester

Dieser Artikel erschien ungekürzt zuerst in der APuZ 5-6/2012

Über die Autorin



- Prof. Dr. Karin Priester ist Historikerin und Soziologin
- Von 1980 bis 2007 lehrte sie als Professorin für Politische Soziologie an der Universität Münster

H.Y.B.R.I.D.



Liebe Hallenbetreiber, wie buchstabieren Sie das Heizsystem der Zukunft?



Bis zu 15 Prozent zusätzliche Einsparung aus Restwärme, bis zu 108 Prozent feuerungstechnischer Wirkungsgrad: mit diesen Zahlen setzt H.Y.B.R.I.D. Zeichen für die wirtschaftliche Beheizung von Hallen. H.Y.B.R.I.D. ist die Summe aus wirkungsgradoptimierten Infrarotheizungen, effizienter Heizungssteuerung und innovativer Restwärmenutzung. Das bislang effizienteste Wärmekonzept von Kübler. Rufen Sie an: +49 621 57000-0.



Intelligente Wärme.

www.kuebler-hallenheizungen.de

Modern, leistungsfähig, effektiv und höchste Qualität

Präzise Ihr Gewinn



- Maschinenbau
- Werkzeugbau
- Vorrichtungsbau
- Sondermaschinenbau



Werkzeug- und Maschinenbau

Röllgassgarten 6 · 35274 Kirchhain-Anzefahr
www.aschenbrenner-gmbh.com



(Bild: Zillertaler Zoo / pixelio.de)

Von Merlindrei nach Brach

Vision einer zukünftigen Gesellschaft

Jan freut sich auf seinen Umzug, auf die gänzlich neue Umgebung, die er in wenigen Tagen in Brach erforschen wird. Immerhin wohnt er nun schon drei Jahre in Merlindrei. Mitten im Atlantik. Durchschnittlich 16 Millionen Menschen leben auf oder in Merlindrei. Immer frische Luft, typische Meeresbrise, man spürt und schmeckt das Salz in der Luft. Herrlichste Strände, rund um die Küsten der Stadt. Sämtliche Wassersportarten gibt es zur Genüge. In den Shopping- und Vergnügungszonen, Restaurants, Promenaden an der unteren Schale der Metropole kann man die verschiedensten Meeresbewohner bewundern. Die Tiere werden von Merlindrei angezogen. Sie schwimmen um und unter der Metropole und lassen sich durch deren durchsichtige Außenhülle bewundern.

360° Blick über Metropole und Meer
In Brach wird dies ganz anders, aber auch hoch interessant, Jan freut sich schon. Hier in Merlindrei hat Jan die Lage seines Apartments bewusst so gewählt, dass er – je nach Ausrichtung – die Apartments drehen sich langsam, fast unmerklich

stetig um eine senkrechte Mittelsäule im Inneren der Gebäude, so dass im Laufe der Stunden – ein 360° Blick - mal über die Metropole mit ihrer tollen Skyline, mal über das Meer - möglich ist.

Energieprobleme längst gelöst
Jan ist an jüngerer Geschichte interessiert und daher ist ihm bekannt, dass die Idee, solche Ansiedlungen im Meer zu platzieren von dem früher vorhandenen Bedürfnis nach Energiequellen kam. Man nutzte die Energie der Wellen und Strömungen und gewann daraus die benötigte elektrische Energie. Und statt die Energie über weite Strecken auf Kontinente zu transportieren, nutze man sie dann gleich vor Ort und baute erst schwimmende Fabrikationspontons, später dann komplette Siedlungen, die sich zu schwimmenden Städten wandelten. Heutzutage wäre dies eigentlich nicht mehr notwendig, die Energieprobleme früherer Zeiten sind längst gelöst. Auch die heutige Technologie zur Energiespeicherung hat sich - gegenüber früheren Zeiten - wesentlich verbessert. Heutige Batterien, die den früheren Taschenlam-

penbatterien in ihrer Größe entsprechen, speichern die Energie, die ein Fahrzeug früherer Zeit benötigt hätte, wenn es einmal um den Globus gefahren wäre.

Straßen sind Relikte der Vergangenheit
Das waren noch Zeiten, als man Straßen benötigte. Schon seit einigen Jahrzenten hat man eine ausgereifte Technologie, um punktuell die Schwerkraft zu beeinflussen und aufzuheben. Somit reist man

heute mit Schwebezeugen. Die Betonierung, Asphaltierung und Versiegelung der Landschaft – in früheren Zeiten für Straßen und Autobahnen - ist glücklicherweise ein Relikt der Vergangenheit. So naturbelassen wie aktuell war's in den letzten Jahrhunderten bei weitem nicht auf diesem Planeten. Heute werden beispielsweise sämtliche Giftstoffe und Abfälle verwertet. Was heißt Abfälle, es sind wertvolle Rohstoffe. Moderne Entsorgungsanlagen funktionieren ähnlich wie die Därme von Lebewesen. Abfall, gleich welcher Art, wird ständig hineingeschüttet und sozusagen verdaut. Die so gewonnenen Stoffe landen dann in Reinform in geeigneten Aufbewahrungsbehälter. Eine fantastische Rohstoffquelle.

Abfall für sich selbst nutzen
Viele Fabrikationsanlagen, die früher Umweltgifte als Abfallprodukte erzeugten, nutzen diese Stoffe nun direkt für sich selbst. Ein toller Kreislauf, findet nicht nur Jan.

Heute Abend gibt Jan eine Abschiedsfeier mit Freunden. Nächste Woche ist es dann soweit, Jan wird umziehen. Er hat sich vor Wochen entschlossen, die kommenden Jahre einmal in einer neuen Umgebung zu leben. Er hat sich eine der Wüstengegenden ausgesucht, die Sahara. Nun ja, Wüste ist eigentlich falsch formuliert. Besser sollte er das Gebiet als frühere Wüste bezeichnen. Das Land ist mittlerweile schon zu stark bewachsen.

Riesige Wälder und Savannen breiteten sich stetig weiter aus, auch vereinzelt noch von Menschen an der Oberfläche angebaute Plantagen. Heute tummeln sich in den Weiten der Lande viele wilde Tiere und große Herden. Dies in Ausmaßen, wie sie vermutlich letztmalig beim ersten Auftreten der Menschen auf der Erde vorkamen.

Von Wüsten zu blühenden Landschaften
Die Urbarmachung der Wüsten stellte, nachdem man die Biotechnik hatte, kein besonderes Problem mehr dar. In einigen der Wüsten streute man Samen von speziell designten Pflanzen aus. Diese sind in der Lage, auch minimalste Feuchtigkeit aus Luft und Boden zu gewinnen, zu speichern und so zu wachsen und zu gedeihen. So schufen sie die Voraussetzung für die Ansiedlung natürlicher Pflanzen, die somit wieder eine Überlebensgrundlage fanden und sich schnell, d.h. binnen weniger Jahre über riesige Gebiete ausbreiteten. Von Wüsten zu blühenden Landschaften.

An einigen Meeresküsten – im Wasser - wachsen zu zigtausenden bis zu hundert Meter hohe - von Menschen entwickelte - Pflanzen. Ihre benötigte Feuchtigkeit entnehmen sie dem Salz- und Brackwasser. Ihre besonders großen saftig süßen Früchte sind in hohem Maße gesund und schmackhaft. Für Jan undenkbar, wie die Menschen früher ohne diese tollen Speisen auskommen

konnten. Alternativ nutzt man sie auch als Rohstoff für verschiedene Bau- und/oder Kunststoffe und sonstige Materialien.

Wüstenmetropole mit 30 unterirdischen Ebenen

In Brach, der Wüstenmetropole, die sich Jan als seinen kommenden Wohnort ausgewählt hat, haben sie ca. 30 unterirdische Ebenen. Übrigens sämtlich gut mit Tageslicht versorgt. So, dass man fast meint, man sei an der Oberfläche. Nur die Sonne strahlt dort natürlich nicht so hart, was als sehr angenehm empfunden wird. Und in vielen Zwischenebenen sind umfangreiche Felder und Plantagen. Auch die Versorgung mit tierischem Eiweiß ist bestens sichergestellt. Und dies - glücklicherweise - ohne das früher leider massenhaft notwendige Töten von Tieren. Verschiedenste Fleisch- und Fischarten werden heute in großen Mengen gezüchtet. Entsprechende Zellkulturen befinden sich dazu in geeigneter Nährlösung und wachsen und wuchern vor sich hin. Die benötigten Fleischmengen für den Verzehr werden einfach abgetrennt. Aufgrund der vorhandenen Biotechnologien kann man nun die Erdoberfläche weitgehend wieder der Natur überlassen.

Apartment im 24. Stock montiert
Apropos Natur. Zu Jans Natur gehört es, dass er sich auch amüsieren möchte.



(Bild: Stephan Clausen / pixelio.de)

In der Zukunft fährt man nicht, man fliegt



(Bild: Angela Parszyk / pixelio.de)

Zukunft ist prinzipiell nicht vorhersagbar, aber dennoch gestaltbar!



(Bild: von Villi / www.vsc.hu)

Mit Flügelrucksack fliegen



Foto: massgeschneidert.pixelio.de

Nicht nur Arbeiten aus Freude und für Anerkennung, sondern auch die geselligen Kontakte schätzt Jan an seinem Lebensstil. Er hat schon oft von den herrlichen Einkaufs-/ Unterhaltungs- und Kulturzentren verschiedenster Couleur, von ausgedehnten Thermen und Bäderarealen, von den verschiedensten Sportanlagen in den vielen unterirdischen Ebenen unter Brach gehört. Einige hat er auch früher schon einmal besucht.

Sein Apartment wird im 24. Stockwerk montiert, also in ca. 170 Metern Höhe. In seiner Siedlung stehen – in angemessenen Abstand – viele Häuser, oder soll er sagen Apartmenthochsiedlungen. Die einzelnen Häuser sind ca. 300 Meter hoch. Jan ist übrigens recht zufrieden

mit seinen Arbeitsleistungen. Wenn es so weiter geht, wird er im nächsten Jahr seine erste gehobene öffentliche Ehrung und Anerkennung erhalten. Nun ja, dies allein wäre ihm eigentlich egal. Obwohl, wenn er nun so nachdenkt, das Lob tut eigentlich schon auch gut.

Viele schaffen den Aufstieg

Jan hat damit dann auch die zusätzliche Möglichkeit, ihm bisher verschlossene, besonders verantwortungsvolle Aufgaben anzunehmen. Natürlich erhält er – damit verbunden – zukünftig Einladungen zu Kreisen und Veranstaltungen, zu denen man normal nicht so ohne weiteres kommt. In der Regel trifft man bei den entsprechenden Veranstaltungen

Menschen, Honoratioren, die gleich hohe Anerkennungswerte erreicht haben. Nicht jeder hat die Gelegenheit. Nun ja, das, was Jan nun dann demnächst erreicht, schaffen noch viele. Aber nicht wenige brauchen dazu schon einige Jahre länger. Es gibt natürlich auch Schnellere.

Geld ist glücklicherweise schon abgeschafft

Unmöglich, denkt Jan, wo er so an seine Aktivitäten und deren Anerkennung denkt, dass in früheren Zeiten Menschen für Geld arbeiten mussten. Und viele Dinge konnte man sich damals nur mit Geld leisten. Barbarisch. Was war mit denjenigen, die zu wenig Geld hatten, oder die etwa keine bezahlte Arbeit fanden. Ein-

fach barbarisch, alleine die Vorstellung tut schon weh. Geld ist glücklicherweise schon seit längerem abgeschafft. Heute bedient sich jeder mit dem, was er möchte. Und wo Ressourcen beschränkt sind, wie beispielsweise besondere Wohnlagen, muss man halt warten.

Selbstverständlich ist alles, was man benötigt und nutzt, persönliches Eigentum. Wenn man in eine neue Wohnung zieht, also die bisherige nicht mitnimmt – dies geht ja auch gar nicht mit jeder Wohnung – wird diese automatisch nach dem Auszug für einen anderen Nutzer und neuen Eigentümer freigestellt. Notwendige Renovierungen werden von entsprechenden Spezialisten durchgeführt. Die Leute freuen sich auf solche Tätigkeiten. Je nach Angebot und Nachfrage sind sie mit verschieden hohen Anerkennungswerten versehen. Ein toller Marktmechanismus, mit welchem sich für jede – und sei sie noch so obskur – Tätigkeit rasch Menschen, Teams oder komplette größere Organisationen finden, die sie gerne erledigen wollen.

Niemand ist genötigt zu arbeiten

Unternehmer schaffen und kreieren – wie der Name schon sagt – ständig neue Aktivitäten, Teams, Organisationen und Unternehmungen. Manager managen und organisieren das Ganze, Führungskräfte führen die Mitarbeiter und Verwalter verwalten die Aktivitäten. Und ausgebildete Spezialisten führen die einzelnen Arbeiten aus. Für nahezu fast alle Tätigkeiten gibt es, je nach Angebot und Nachfrage modifiziert, in der Höhe schwankend, Anerkennungswerte.

Niemand ist auch nur im Geringsten genötigt, zu arbeiten. Allerdings ist mittlerweile weitgehend anerkannt und allgemein bekannt, dass es mit zum Unangenehmsten gehört, nichts zu tun zu haben. Menschen die Unikate erzeugen, Einmaliges, wie z.B. viele der Künstler, handeln ihre Erzeugnisse. So entstehen direkte oder indirekte Tauschgeschäfte. Indirekt entsteht damit neu eine Art von Geld. Allerdings halt nur für solche Dinge, die man nicht direkt zum Leben – auch nicht zum luxuriösen Leben – benötigt.

Hobby Vogelflug

Jedenfalls, um seine Gedanken noch einmal auf seine zukünftige Heimat Brach zu lenken, freut sich Jahn schon. Dort kann und wird er sich wieder seinem früheren Hobby, dem Vogelflug widmen.

Diese Flugrucksäcke sind schon tolle Vehikel. Man zieht sie an wie einen Rucksack, oder ganz früher wie Fall- oder Gleitschirme. Sobald man den Rucksack dann aktiviert, entfalten sich zwei Flügel, wie bei einem Vogel. Mit diesen kann man bequem – mit entsprechenden Bewegungen der Arme und Finger – fliegen.

Simultanübersetzungschips

So hofft Jan, auch schon bald neue soziale Kontakte und Freunde zu finden. In diesen großen Metropolen leben ja Menschen sämtlicher Ethnien mit sämtlichen Sprachen, die es nur irgendwo auf der Erde gibt. Die Unterhaltung ist dank der ausgereiften Simultanübersetzungschips kein Problem. Jeder Mensch hat sich solch ein Chip im Ohr befestigt – einfach mittels Ankleben. So in Gedanken seine zukünftigen Aktivitäten resümierend, fragt sich Jan gerade, ob sich etwa die Menschen der Vergangenheit, z.B. diejenigen in den ersten Dekaden des 21. Jahrhunderts – als die meisten der heute ausgereiften Technologien in ihren Grundlagen schon bekannt waren – ihre zukünftige Zivilisation, also die heutige Lebensweise, hätten prophezeien können? ■

Dr.-Ing. Walter Tritt



Über den Autor

- Dr.-Ing. Walter Tritt arbeitet an der Fakultät für Ingenieurwissenschaften der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes
- Außerdem ist er Autor des Buches „Service-Management. Prozesse, Strukturen, Logistik“ (ISBN 3-7844-7403-9), das im Langen/Müller - Verlag erschien



Erinnert Sie das an Ihr Erspartes?

Inflation, Staatsverschuldung und Euro-Krise

können das Kapital auf Ihrem Konto zum Schmelzen bringen. Finden Sie mit uns eine Strategie, mit der Sie auf alle Eventualitäten vorbereitet sind.



Filiale Auerbach · Nicolaistraße 10 · Telefon (0 37 44) 35 10-0
 Filiale Markneukirchen · Oberer Markt 5 · Telefon (03 74 22) 7 49 03-0
 Filiale Treuen · Kirchgasse 1 · Telefon (03 74 68) 67 80-7

www.merkur-bank.de



Ein mittelständisches Unternehmen mit Blick in die Zukunft!

Unsere Leistungen umfassen u.a. die Qualifizierung und Requalifizierung von Reinräumen in den Bereichen Pharmazie, Industrie und Krankenhäusern durch geschultes und zertifiziertes Personal.

Bereich Pharmazie :

- Dichtsitz und Leckagemessung nach EN ISO 14644 Teil 3 und VDI 2083
- Bestimmung der Reinraumklassen gemäß GMP Annex 1 Bestimmung der clean-up-Phase
- Visualisierung Strömungsverhalten
- Bestimmung Raumluftwechsel
- Messung Schallpegel und Beleuchtungsstärke

Bereich Industrie:

- Dichtsitz und Leckagemessung gemäß EN ISO 14644 Teil 3 und VDI 2083
- Bestimmung Reinraumklassen gemäß EN ISO 14644
- Bestimmung clean-up-Phase
- Visualisierung Strömungsverhalten
- Messung Schallpegel und Beleuchtungsstärke

Bereich Krankenhaus:

- Dichtsitz und Leckagemessung gemäß DIN 1946 Teil 4
- Messung der partikulären Belastung der Zuluft an OP-Decken gemäß DIN 1946 Teil 4
- Überprüfung Laminar
- Flow an OP-Decken
- Messung Abströmgeschwindigkeit

Und in allen vorgenannten Bereichen:

- Messung Temperatur/Luftfeuchte
- Überprüfung Raumdrücke
- Auswertung und Dokumentation
- Handlungsempfehlungen

Kontakt

ASI Anlagen, Service, Instandhaltung GmbH
 Geschäftsführer: Gerhard Schade
 Göschwitzer Straße 22
 07745 Jena
 Tel.: 03641 686-102
 Fax: 03641 686-109

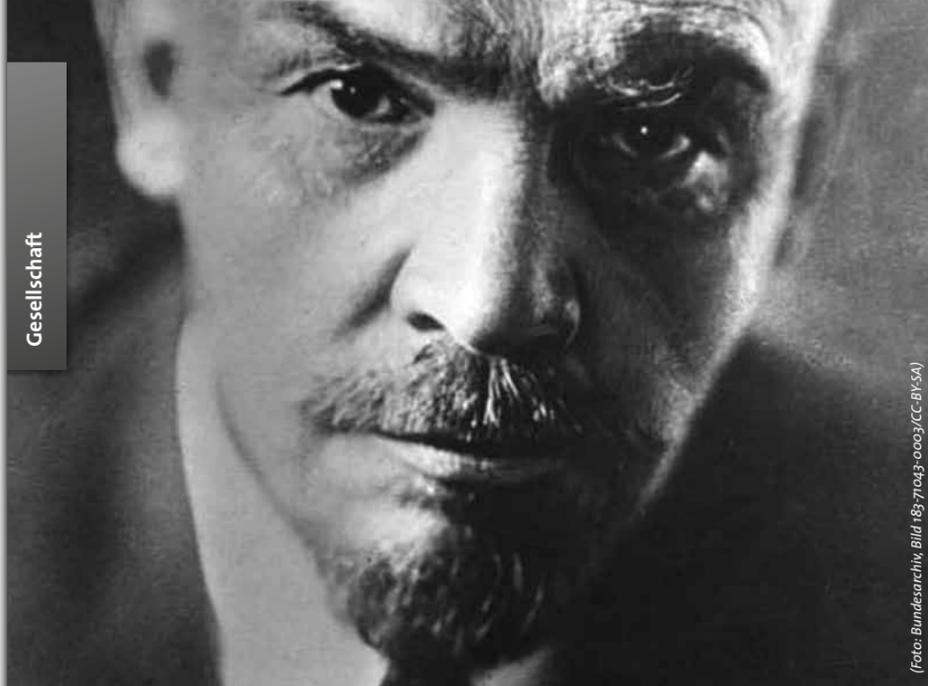
gerhard.schade@asi-jena.de
www.asi-jena.de



2007 ausgezeichnet mit dem „Großen Preis des Mittelstandes“

Sozial oder sozialistisch?

Sozialismus in Theorie und Praxis, Wunsch und Wirklichkeit



(Foto: Bundesarchiv, Bild 183-7043-0003/CC-BY-SA)

Lenin war der Vordenker des von Stalin vollstreckten Terrors. Er forderte am 17. Mai 1922, „offen eine prinzipielle ... These aufzustellen, die ... die Rechtfertigung des Terrors, seine Notwendigkeit ... motiviert. ... Die Formulierung muss so weitgefasst wie möglich sein ...“ Millionen Tote waren die Folge

Was ist der Unterschied zwischen sozialistisch und sozial? Die üblichen Definitionen aus der Sicht von Elfenbeinturm-Theoretikern scheinen mir wenig hilfreich, wenn es um die erlebte Freiheit oder Unfreiheit eines durchschnittlichen Bürgers geht.

Was ist der Unterschied?

Sozialistisch kann wohl kaum ein Synonym für sozial sein. Sozialistisch unterscheidet sich m. E. von sozial in ähnlicher Weise wie sich nationalistisch von national unterscheidet. Was unterscheidet sozialistisch von sozial heute für die Mehrzahl der deutschen Bevölkerung? Was ist der Unterschied für uns, die produktiv arbeiten oder ein Leben lang gearbeitet haben? Was unterscheidet sozialistisch von sozial für uns durchschnittliche Menschen, die aufgewachsen sind auf dem Fundament europäischer Kultur? Aufgewachsen in einer Kultur mit grie-

chisch-römischen Wurzeln, jüdischem und arabischem Wissen und christlicher Tradition.

Ein Blick in die Vergangenheit

Aus heutiger Sicht, eingedenk der Überlieferungen der letzten fünf Arbeits-Generationen, möchten wir in unseren Gemeinwesen soziale oder sozialistische Ziele verfolgen und verfolgt wissen? Diese Fragen kann eigentlich jeder nur für sich persönlich beantworten. Aber wir wollen hier versuchen einen gemeinsamen Nenner zu finden, wenn wir in die Vergangenheit schauen. Beginnen wir mit einer provokanten Formulierung: Sozial ist, wer selber gibt. Sozialistisch ist, wer anderen wegnimmt oder wegnehmen will. Selbstverständlich sehen eingefleischte Sozialisten das anders. Sie vertreten je nach Temperament kurz, kernig und falsch oder wortreich und wissenschaftlich die alten Thesen des

gutgläubigen theoretischen Vorsatzes aus der Zeit der Erfindung des Sozialismus als Ersatzreligion. Wenn wir heute die durch die Industrialisierung deutlich gewordenen sozialen Probleme des 19. Jahrhunderts betrachten, müssen uns die Ideen von **Karl Marx** und **Friedrich Engels** faszinieren. Aber in der Praxis hat die Idee des Sozialismus leider nicht funktioniert.

Bürden der Vergangenheit

Wieso wird derzeit die Mehrheit der europäischen Staaten seit Jahrzehnten von Parteien dominiert oder gebremst, die sozialistische Ziele haben? Was treibt die verantwortlichen Menschen dazu, trotz des allgemeinen Wissens um die Unbrauchbarkeit des Sozialismus in Vergangenheit und Gegenwart? Ein Blick in die Vergangenheit könnte uns der Antwort auf diese Frage näher bringen.

In Deutschland hatten die Sozialdemokraten viele der von ihren Gründern gesetzten Ziele für mehr Gerechtigkeit in der Arbeitswelt schon zur Kaiserzeit auch im 19. Jahrhundert erreicht, ohne Revolution. Anders dagegen kam mit **Lenin** der Sozialismus 1917 in das zaristische Russland. Dieser Sozialismus kam als Revolution. Er kam als Vorstufe zum allein seligmachenden Kommunismus.

Schließlich ist die UdSSR nach gut 80 Jahren am Sozialismus ideell und wirtschaftlich zugrunde gegangen. Aber in diesen acht Jahrzehnten hat die UdSSR vielen Staaten in Europa „kommunistischen Sozialismus“ implantiert und damit ein Feld für den sozialistischen Glauben bereitet.

Sozialismus nur mit Diktatur

Hitler soll sich mit Stalin gut verstanden haben. Beide hatten die gleiche Meinung, dass sozialistische Ziele nur mit Diktatur erreicht werden könnten. Beide hatten imperialistische Visionen. Das kommunistisch-sozialistische Russland war das Lehrbeispiel für Hitler und seine Mordgesellen. Die deutschen National-Sozialisten haben den kommunistischen Sozialisten nicht alles nachgemacht. Sie versuchten auch aus den Fehlern der russischen Kommunisten zu lernen. Also

verkündeten die Nazis, sie würden die Unternehmer nicht enteignen. Offizielle Enteignung wäre letztlich auch völlig überflüssig und hinderlich gewesen: Wozu soll man enteignen, wenn man den Eigentümer, der nicht den Weisungen der Partei Folge leistet, problemlos zwingen, ausschalten oder liquidieren kann. Politische Gegner umbringen und internieren, das konnte man ungeniert, wenn man nur erst am Drücker war. Und wie kam man an fremdes Vermögen? Reiche Zaren hatte Deutschland nicht. Kaisers, Königs und Fürstens hatten längst abgedankt. Aber im deutschen Volk gab es jüdisch-stämmige Familien, von denen viele aufgrund ihrer Tüchtigkeit zu ansehnliche Wohlstand gekommen waren.

Aus heutiger Sicht war die "Reichskristallnacht" das Fanal mit dem das sogenannte Dritte Reich in der kurzen Zeit von 1933 bis 1945 in den ersten sozialistischen Selbstmord geführt wurde. Die Deutschen insgesamt wurden letztlich von den Nazis beraubt.

Der Zug der Lemminge

Dass mehr Ausländer als Deutsche umgebracht wurden, bleibt die Schande auch noch meiner Generation. Der zweite sozialistische Selbstmord spielte sich in der Deutschen Demokratischen Republik ab und währte von 1945 bis 1989. Dieser Zug der Lemminge war "harmloser". Es wurden wesentlich weniger Menschen ermordet. Aber jeder Einzelne, der ermordet wurde, war einer zu viel.

Wenn Deutsche aber heute noch sozialistisch denken, trotz unserer schlechten Erfahrungen in der Zeit des Sozialismus der Nazis und der DDR, dürfen wir uns nicht wundern, dass viele unserer Partner in der Europäischen-Union sozialistische Politik machen. Sozialismus gemessen am Basis-Prinzip. Entscheidungsfindungen in Familie, Unternehmen und öffentlich-rechtlichen Institutionen können wir am Basis-Prinzip messen. Basis-Prinzip bedeutet ständige Förderung aller Mitglieder der jeweiligen Gemeinschaft. Ins Hintertreffen kommen auch Staaten, in denen die Entscheidungsfrei-

Niemand hat den Generationenbetrug deutscher gemacht als Klaus Staeck. Die Grafik ist auf www.klaus-staeck.de erhältlich.

heit und die Möglichkeit ihrer Bürger von der eigenen Arbeit zu leben beschränkt ist. In den ersten Jahren nach der Gründung der Bundesrepublik Deutschland kam zunächst kein Politiker auf die Idee, dass der Staat Schulden machen sollte, um Wahlversprechen zu finanzieren.

Rücklagen von Parteien geplündert

Solange wir noch Reparations-Zahlungen wegen des verlorenen Krieges zu leisten hatten, war es für den Staat schließlich auch nicht möglich weitere Schulden zu machen. Staatsschulden waren auch in Erinnerung an die Inflationen nach jedem der beiden Weltkriege eigentlich undenkbar. Also wurde möglichst kein Geld versprochen oder ausgegeben, was nicht schon eingenommen worden war. So bildete die Bundesrepublik Deutschland also Rücklagen für schlechte Zeiten. Diese Rücklagen wurden entdeckt, von den Parteien geplündert und anschließend eifrig Schulden gemacht.

In einem Bundesstaat mit mehr als zwei Bundesländern muss statistisch jedes Jahr Wahlkampf geführt werden. Zumindest jeder Abgeordnete dessen berufliche Existenz von der Wiederwahl abhängig ist, wird stets bemüht bleiben, seine Wähler davon zu überzeugen, dass er auch zukünftig der bestmögliche Kandidat für sie ist. Und so hat sich langsam der Irrglaube eingeschlichen, dass



Umverteilung eine hervorragende Sache ist. Umverteilung funktioniert aus mehreren Gründen hervorragend:

1. In fast jedem von uns steckt ein soziales Können und Wollen das auch soziale Akzeptanz beinhaltet.
2. In jedem von uns steckt eine Potenz Neid.
3. Die Umverteilung kann gefahrlos aus "sozialen Gründen" versprochen werden.

Die sieben simultanen Therapien für den kranken Wohlstandskoloss Deutschland nach Helmut Schmidt:



- Wiederherstellung der Eigenverantwortlichkeit des Einzelnen
- Abbau von Staatsaufgaben (Subventionen)
- Beseitigung steuerlicher Ausnahmen
- Herstellung von Steuerehrlichkeit, Steuersenkung
- Wiederherstellung von Flexibilität am Arbeitsmarkt
- Wiederherstellung von Solidarität zwischen Arbeitgebern, Arbeitnehmern und Staat
- Die Erneuerung aber nicht Beseitigung der Sicherungssysteme

(Foto: Wikimedia/C-3,0/Aconcgagua)



Mehr Staat, weniger Eigenverantwortung

Schulden zur Umverteilung bedeutet:
 - Geld vernichten, weil jede Umverteilung unproduktive Kosten, also Unkosten verursacht, - Geld entwerten, weil die Umverteilung und weder immaterielle noch Materielle Werte schafft, die nicht auch ohne Umverteilung geschafft werden könnten ohne die Geldmenge zu erhöhen, - immer mehr Menschen durch Umverteilung vom Staat abhängiger zu machen, - Barrieren bauen, die neue Abhängigkeiten schaffen, - mehr Staat, weniger Eigenverantwortung des Bürgers, - Umkehr des Basisprinzips.

Fazit: Sozialismus ist mit dem Basisprinzip unvereinbar. Sozialismus verhindert die Entscheidungsfreiheit des Einzelnen. Die Mehrheit der Wahlberechtigten der Bundesrepublik Deutschland, die Mehrheit der Deutschen und somit die Basis des Souveräns würden für soziale Ziele stimmen. Wir würden logischerweise gegen asoziale und somit gegen sozialistische Ziele stimmen.

Aber bei einer Entscheidung zwischen sozialen Zielen oder sozialistischen Zielen haben doch viele Leute Probleme. Das mag daran liegen, dass immer noch

einige Herrschaften glauben, dass sozialistische Ziele auch zu sozialen Ergebnissen führen können. Leider sind wir Menschen leicht davon zu überzeugen, dass Glauben viel schöner sein kann als Wissen.

Chancen

Erfolgreiche Menschen und Institutionen sind nicht diejenigen die schön Schulden machen, flott wirtschaften oder absahnen. Erfolgreich sind auf Dauer diejenigen, die immer einen Cent weniger ausgeben als einnehmen ohne Schulden zu haben.

Warum soll Deutschland nicht auch wirtschaftlich nachhaltig erfolgreich sein? Warum soll nicht auch Europa wirtschaftlich langfristig erfolgreich sein? Die derzeitige Finanzkrise ist die große Chance diese Ziele anzustreben und zu erreichen. Und zwar durch eisernen Sparkurs. Wenn wir das in Deutschland geschafft haben, können sich unsere Parteien leisten sozial zu sein und alles Sozialistische den Utopisten und Versagern überlassen. Wir, also die EU-Länder und besonders wir Deutschen haben ein gewaltiges Reservoir an tüchtigen Menschen. Das sind diejenigen tüchtigen, fleißigen,

zuverlässigen Menschen, die derzeit für Korinthenkackerei, für überflüssige, für kontraproduktive und dummliche Tätigkeiten verheizt werden. Altkanzler **Helmut Schmidt** hat "Sieben simultane Therapien" vorgeführt, mit denen unsere Republik gesundet werden kann. Dieser erfolgreiche und gradlinige Politiker, kluge Denker und aufrechte Sozialdemokrat zeigt uns, womit tüchtige Leute ihre Talente vergeuden.

Über 11 Prozent in der öffentlichen Verwaltung

Die landläufige Meinung, uns fehlten in Deutschland qualifizierte Arbeitskräfte scheint auch mir ein unglaublicher Irrtum zu sein. Wir haben derzeit offiziell ca. 40 Millionen Beschäftigte in Deutschland. In dieser Zahl sind etwa 4,5 Millionen Mitarbeiter des öffentlichen Dienstes einschließlich Beamten in Bund, Ländern und Gemeinden enthalten.

Das heißt, dass über 11 Prozent aller Beschäftigten in der öffentlichen Verwaltung einschließlich der Politik tätig sind. Gleich hoch, wenn nicht höher dürfte die Zahl der Personen sein, die sich im gewerblichen Bereich beruflich mit diesen Vorschriften auseinander zu setzen haben.

Menschen durch Tätigkeiten gebunden, die durch unsere Regelungswut bedingt sind.

Von diesen hochqualifizierten und zum Teil frustrierten Personen könnten bei Reduktion der Vorschriften um zwei Drittel im Laufe von höchstens 10 Jahren sicher 20 Prozent dieser 9 Millionen produktive interessante, nicht frustrierende Aufgaben übernehmen. Hinzu kommen die Personen, die gerne arbeiten würden, wenn sie eine Chance hätten, eine sinnvolle Tätigkeit zu bekommen.

5 Millionen arbeitswillige

Die Zahl dieser Arbeitswilligen schätze ich auf etwa 5 Millionen Personen, einschließlich der Arbeitslosen, von denen ich die meisten für arbeitswillig halte. Ich kenne viele Arbeitslose.

Aber ich habe noch keinen Menschen kennen gelernt, der nicht gerne etwas leisten würde, das auch anderen zugute kommt. Im alten Rom hatten Menschen zum Teil eine unwiderstehlich trockene Logik. Daher rührte die Aussage "ich gebe, damit Du gibst" Diese Einstellung ist eine gute Basis für Demokratie, weil sie eine gute Basis für soziales Handeln und Denken ist.

Ziele

Freiheit bedingt äußeren und inneren Frieden. Deutschland lebt seit einigen Jahrzehnten in Frieden. Die Entwicklung der Europäischen Union hat den äußeren Frieden in den gemeinsamen Grenzen der Union gesichert. Innerhalb mancher Staaten ist aber Unfrieden durch Streit von Ideologien. Parteien in fast allen Staaten versuchen soziale Unterschiede für ihre sogenannten "Wahlkämpfe" zu instrumentalisieren. Gemeinsames Streben nach sozialem Frieden, für Deutschland und in ganz Europa ist ein wichtiges Ziel.

Die Reichen müssen ärmer werden damit die Armen reicher werden

Den ideologischen Streit kann man vereinfacht darstellen durch die These: Die Reichen müssen ärmer werden damit die Armen reicher werden. Das ist zwar eine

typisch sozialistische These. Aber wie so mancher fromme Traum ist auch dieser bisher noch nie in Erfüllung gegangen. Bei den Umsetzungen dieses Traumes wurden Reiche und Wohlhabende um ihr Vermögen gebracht, das dann in Strohfedern vernichtet wurde.

Aber trotzdem wurden die Armen zwangsläufig ärmer. Sozialen Frieden erreichen wir nur dadurch, dass wir den Bedürftigen den Anreiz geben wohlhabender zu werden und den Erfolgreichen die Chance geben, die Bedürftigen erfolgreicher zu machen. Wir brauchen dazu nur die selbstbewussten Erfolgreichen. Auf dieses kleine Ziel sollten wir uns einigen.

Ausblick

Die Welt ist wunderschön. In Deutschland gibt es keinen Menschen, der so arm ist wie die Armen in Südamerika, Asien oder Afrika und in den meisten europäischen Ländern. Kein Deutscher muss in Deutschland hungern oder frieren.

In Deutschland können wir uns gar nicht genug darüber freuen, heute in solch einer schönen Welt leben zu können! Wir sollten daher alles tun, damit unsere Welt so schön bleibt wie sie ist. Bevor wir aber nur einen Menschen in Deutschland oder außerhalb wohlhabender machen, muss Deutschland schuldenfrei sein. Denn: "Nur der Reiche kann geben." ■

Dr. Franz Frantzen

Der vollständige Artikel ist unter www.pt-magazin.de/service/news-archiv.html zu lesen



Über den Autor

- Der Unternehmensberater und Kaufmann Dr. Franz Frantzen (München) ist Herausgeber der "Leipziger Chef-Depesche" in der Edition Leu
- Er war langjähriger Präsident des Wirtschaftsclubs Leipzig

VERBINDUNGEN DIE HALTEN.



ANSCHLAGEN

Auf dem neuesten Stand der Werkstofftechnologie bieten wir qualitativ hochwertige Anschlagmittel renommierter Hersteller.



BEWEGEN

Zum Bewegen all Ihrer Lasten, gleich welchen Gewichts, konstruieren und fertigen wir maßgeschneiderte Sonderlösungen.



ZURREN

Wir verzurren Ihre Ladungsstücke nach den physikalischen Grundlagen und dem Regelwerk der Technik sowie der gesetzlich vorgeschriebenen Richtlinien.



ANSCHLAGEN • BEWEGEN • ZURREN

ABZ Handels GmbH
 Rudolf-Diesel-Straße 1
 66877 Ramstein-Miesenbach

Tel.: +49 (0)6371/4638-0
 Fax: +49 (0)6371/4638-20
 marketing@abz-gmbh.de

www.abz-gmbh.de

Wir sind Mitglied
 der L.A.M.-Allianz:
www.lam-allianz.com



miunske
 SYSTEME FÜR NUTZFAHRZEUGELEKTRONIK

www.miunske.com

SYSTEME UND KOMPONENTEN FÜR NUTZFAHRZEUGE AUS EINER HAND

Tankstellen „Unternehmer-Energie“

Highlights der Oskar-Patzelt-Stiftung: 16. März in Fulda, 20. April in Halle



Prof. Dr. Ulrich Blum



Roger Rankel



Petra Tröger und Dr. Helfried Schmidt

Fotos: Archiv, Roger Rankel, Boris Löffert

Jährlich lädt die Oskar-Patzelt-Stiftung durchschnittlich zu zwei überregionalen Tagungen ein. Es sind einmalige Tankstellen für Unternehmerenergie. Stets ist ein einmaliges, attraktives Vortragsprogramm vorbereitet. Gäste waren unter anderem der Direktor des Deutschen Instituts für kleine und mittlere Unternehmen, Prof. Dr. **Jörn-Axel Meyer**, der Vizepräsident der Rechtsanwaltskammer in Frankfurt am Main **Eckhart C. Hild**, der Wirtschaftsprüfer und Rechtsanwalt Prof. **Claus Scholl**, der Psychologe und Extrembergsteiger Dr. **Marcus Stück**, der Präsident des Steuerzahlerbundes **Karl-Heinz Däke**, der schweizerische PR-Profi Prof. **Jürg W. Leipziger**, der vergangenes Jahr viel zu früh verstorbene Gründer der privaten BIP-Schulen Prof. **Hans-Georg Mehlhorn**, der Loyalitäts-Marketing-Experte **Gerhard Fuchs** und viele andere.

Mehr wissen, treffsicher entscheiden
Fast hätte die Konferenz im Frühling 2007 zum Thema „Sicherungsstrategien im Mittelstand“ einen Skandal ausgelöst. Prof. em. **Eberhard Hamer** vom Mittelstandsinstitut Niedersachsen, Hannover, referierte zum Thema „Was passiert, wenn der Crash kommt - Sicherungsstrategien im Mittelstand“. Mitautor seines gleichnamigen Buches, das inzwischen bereits in 10. Auflage erschien, ist unter anderem der heutige Finanzminister Niedersachsens, **Hartmut Möllring**. Hamer hatte schon Jahre zuvor gewarnt: Die Schulden- und Finanzpolitik vor allem der USA und der Finanzmafia muss früher oder später zum Kollaps führen. Bereits im Jahr 2004 veröffentlichte Hamer seinen Artikel „Der Welt-Geldbezug“. Er beleuchtete die Entwicklung der Zahlungsmittel, erläuterte diverse Wäh-

lungssysteme und deren Entwicklung und sagte bei weiterer Fehlentwicklung den Zusammenbruch des US- Finanzsystems ab dem Jahr 2007 voraus.

Bis dahin galt der Mittelstandsökonom Hamer vielen als Schwarzseher, er hatte zugleich den Ruf, Amerikagegner und Antilinker zu sein. Am Vorabend der Tagung hatten linksradikale Gruppierungen im Internet Proteste angekündigt und Gewalt nicht ausgeschlossen. Der Staatsschutz von Mecklenburg-Vorpommern wurde eingeschaltet, um die Sicherheit des damaligen Stellvertretenden Ministerpräsidenten **Jürgen Seidel** zu gewährleisten, der die Tagung mit einem Impulsreferat eröffnen wollte.

Doch letztlich ging alles gut. Die Veranstaltung blieb im Gegensatz zum G8-Gipfel - einige Wochen später und einige Kilometer weiter - ungestört. Gott

sei Dank. Ein Jahr später erzählte **Gerhard Schade**, dass am Vorabend des Ausbruchs der Finanzkrise im Juli 2007 seine Frau eine Vorahnung hatte. Sie erinnerte sich an den Vortrag von Prof. Hamer in Rostock. Die Familie hatte noch ein paar Aktien und Fonds, die bei einem Crash gefährdet sein könnten. Gerade noch rechtzeitig löste sie diese Anlagen auf. Dann schlugen Subprime-Krise und Finanzkrise zu.

Der Marketing-Guru (VOX)

Das Impulsreferat zur Frühjahrstagung am 16. März in Fulda übernimmt Bestsellerautor **Roger Rankel**. Er zählt zu den gefragtesten Vortragsrednern im deutschsprachigen Raum. Durch seine wirksamen Ideen zur kommunikativen Verkaufsförderung wurde er mehrfach ausgezeichnet, u.a. mit dem „Großen Preis des Mittelstandes“, dem Internationalen Deutschen Trainingspreis und als Referent des Monats der renommierten Redneragentur „Speakers Excellence“. Roger Rankel ist Lehrbeauftragter für Marketing an der Fachhochschule Worms. Für den Marketingpapst Prof. Dr. **Michael Zacharias** ist er der „Begründer des modernen Verkaufens“, für den Fernsehender VOX einfach „Der Marketing-Guru“. Am 16. März gibt es weitere Leckerbissen für lernwillige Unternehmer: **Matthias Krieger**, Krieger und Schramm GmbH & Co. KG, Preisträger 2004 „Großer Preis des Mittelstandes“ liest aus seinem Buch „Die Lösung bis DU!“. 1990 startete der Ingenieur und Leistungssportler Matthias Krieger ohne Geld und ohne Beziehungen ein Unternehmen. Heute ist er „Bester Arbeitgeber Deutschlands“ Das Credo des gefragten Redners: Machen – anstatt im Sumpf der Resignation zu verharren.

Drei parallele Workshops stehen für Diskussion und Austausch zur Verfügung:
A) Einsteigen – Aufsteigen – Führen, **Matthias Freiling**, ARENA GmbH, Botschafter der Oskar-Patzelt-Stiftung,
B) Führen heißt Coachen! Dr. **Klaus-Dieter Matz**, Privatinstitut Dr. **Matz Leipzig**, Unternehmerbeirat der Oskar-Patzelt-Stiftung,

C) SUA[®] – die strategische UnternehmensAgenda[®], **Hubertus Wolf**, Institut für Zukunftsmanagement IFZM.

Wachstum sichern

Auch zum 4. Wirtschaftsforum der Oskar-Patzelt-Stiftung am 20. April in Halle/S. ist Gewinn für die Teilnehmer garantiert. Den Auftakt macht der renommierte Prof. Dr. Dr. h.c. **Ulrich Blum**, Halle/S., Präsident des IWH Halle a.D., zum Thema „Headquarterstrategien für Mitteldeutschland“. **Werner Bayer**, Vorstand HelfRecht Unternehmerische Planungsmethoden AG, spricht zum Thema „Unternehmerische Jahreszielplanung“ und Prof. Dr. **Roland Alter**, Hochschule Heilbronn, Wissenschaftlicher Beirat der Oskar-Patzelt-Stiftung stellt eine Studie zum Thema „Change Management“ vor, an der 400 Wettbewerbsteilnehmern teilnahmen.

Der Nachmittag wird von Power-Frauen eröffnet: **Elke Simon-Kuch**, Simon-Werbung GmbH, Finalist „Großer Preis des Mittelstandes“, erfand die Landeslösung „Sexy und ausgeschlafen“ für Sachsen-Anhalt, **Ute Steglich**, ASL-Zentrale Leipzig, Preisträger „Großer Preis des Mittelstandes“ expandierte mit ihrem Franchise-System von Leipzig in die Altbundesländer und bis nach Österreich.

Tanken Sie auf!

Natürlich sind auch die Vorstände der Oskar-Patzelt-Stiftung, Dr. **Helfried Schmidt** und **Petra Tröger** mit Vorträgen und Diskussionen auf beiden Veranstaltungen präsent. Entscheidend für die Resonanz dieser Veranstaltungen sind aber nicht die Referenten. Die einhellige Meinung der Teilnehmer ist, dass die angenehme, offene und wertschätzende Atmosphäre die Gesprächsmöglichkeiten dieses Tages äußerst positiv beeinflusst. Jeder Gast ist hier individueller Gast. Persönliche Gesprächs- und Austauschmöglichkeiten runden den Gewinn, den er aus den Referaten und Diskussionen zieht, wohlthuend ab. Teilnehmer bestätigen immer wieder: „Eine solch positive Atmosphäre und einen solchen Input

wie bei diesen Veranstaltungen habe ich selten erlebt.“ Gegenseitige Wertschätzung und Akzeptanz ist gesichert. Jeder der Teilnehmer ist selbst Mittelständler. Man weiß voneinander, welche Schwierigkeiten überwunden werden mussten, um das eigene Zehn- oder Hundert- oder Tausend-Mann-Unternehmen aufzubauen. Man versteht einander. So haben sich unter den Teilnehmern des Wettbewerbs „Großer Preis des Mittelstandes“ vielfältige Beziehungen entwickelt: Kontakte, Geschäfte, Freundschaften. Seien Sie einfach dabei! ■

Anmeldungen online über:
www.pt-magazin.de/shop,
per Telefon: 0341/2406 100 oder per
E-Mail: op@op-pt.de

Tagungs- & Seminar-Special 2012/2013

Leistungen

- Bereitstellung eines geeigneten Tagungsraumes inkl. Standard-Tagungstechnik
- 2 Tagungsgetränke
- Reichhaltiges **MARITIM** Frühstücksbuffet
- Am Vor- und Nachmittag: Kaffeepause
- Mittag und Abend: 2-Gang-Menü mit Wahl des Hauptgangs
- Freie Benutzung unseres Schwimmbades, Sauna, Dampfsauna und Fitnessbereich

99 € pro Person / Classic-EZ

MARITIM
Hotel Halle
Riebeckplatz 4 · 06110 Halle
Telefon 0345 5101-0 · Telefax 0345 5101-777
info.hal@maritim.de · www.maritim.de

Die Nominierungen 2012

3.589 Unternehmen, Banken und Kommunen wurden für den „Großen Preis des Mittelstandes“ 2012 nominiert

Die erste Etappe im 18. Bundesweiten Wettbewerb um den „Großen Preis des Mittelstandes“ 2012 ist abgeschlossen. Bis zum Nominierungsschluss am 31. Januar wurden für den von der Oskar-Patzelt-Stiftung ausgelobten Wettbewerb von mehr als 1.400 nominierenden Institutionen, Kommunen, Unternehmen, Bürgern aus allen 16 Bundesländern 3.589 kleine und mittelständische Unternehmen und Institutionen nominiert.

Für Vorstand der Oskar-Patzelt-Stiftung, Dr. **Helfried Schmidt**, belegt die hohe Beteiligung an der Nominierungsphase die weitere, zunehmende Akzeptanz des Wettbewerbs: „Es geht darum, dem deutschen Mittelstand Respekt und Anerkennung für sein Durchhalten in Krisenzeiten und für seine Erneuerungsfähigkeiten zu vermitteln. Diese Zielstellung wird aufgegriffen.“ **Petra Tröger**, Vorstand der Stiftung, unterstreicht: „Im Wettbewerb selber geht es vor allem um Qualität bei betriebswirtschaftlichen Ergebnissen und um das im Engagement für die Region.“ Alle Nominierungen sind unter www.kompetenznetz-mittelstand.de und www.mittelstandspreis.com veröffentlicht. Dort finden Sie auch weitere Informationen zum laufenden Wettbewerb. Alle Unternehmen wurden über ihre Nominierung informiert, die mit einer Urkunde dokumentiert wurde. Bis 15. April haben sie Gelegenheit, ihre wettbewerbsrelevanten Angaben für die Regional-Jurys in einem Online-Portal einzutragen. Im Blickpunkt der Juroren stehen die Kriterien Gesamtentwicklung des Unternehmens; Schaffung/Sicherung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen; Innovation/Modernisierung; Engagement in der Region; Service/Kundennähe/Marketing.

Zur Unterstützung der nominierten Unternehmen finden im März in verschiedenen Wettbewerbsregionen Workshops statt. Die regionalen Servicestellen der Stiftung und bisherige Preisträger vermitteln dabei ihre Wettbewerbserfahrungen und geben Hinweise zur optimalen Ausfüllung des Bewerbungsbogens. Bis 31. Mai erfolgt eine Vorauswertung der eingereichten Unternehmensdaten bzgl. Erfüllung der vorgegebenen Wett-

bewerbskriterien durch den Nominierten. Ist das Ergebnis positiv, erreicht das Unternehmen die 2. Stufe im Wettbewerb („Juryliste“), was mit einer Urkunde, die öffentlich überreicht wird, dokumentiert wird. Im Herbst werden die Preisträger auf regionalen Auszeichnungsgalas in Düsseldorf am 08. September, Dresden am 22. September und Würzburg am 29. September geehrt. Bis dahin bleiben die Ergebnisse „unter Verschluss“. Abschluss des Wettbewerbsjahres 2012 und Auftakt für den 19. Wettbewerb 2013 (ab 01.11.2012), ist der große Bundesball in Berlin am 20. Oktober, wo unter anderem die bundesweiten Sonderpreise verliehen werden. Insgesamt 231 Vorschläge betreffen die Sonderpreise „Premier“, „Premier-Finalist“, „Kommune des Jahres“, „Bank des Jahres“, „Premier-Kommune“ und „Premier-Bank“. Die Deutsche Post AG, Hauptsponsor des Wettbewerbs, zeichnet in Berlin eines von 580 für den „Dialogmarketing“-Sonderpreis nominierten Unternehmen aus.

Nominiert zum „Premier“ bzw. „Premier-Finalist“:

PLZ 01 (und folgende)

Radeberger Fleisch- und Wurstwaren Korch GmbH, **01454 Radeberg** ● Dr. Butze GmbH & Co. KG, 01738 Klingenberg ● Dürrröhrsdorfer Fleisch- und Wurstwaren GmbH, 01833 Dürrröhrsdorf ● Ortrand Eisenhütte GmbH, 01990 Ortrand

PLZ 04 (und folgende)

ASL - Alles Saubere Leistung GmbH, **04299 Leipzig** ● Frank Fahrzeugbau GmbH, 04420 Markranstädt ● Heinz Kühne GmbH & Co. KG, 04509 Wiedemar ● AllTec Automatisierungs- und Kommunikationstechnik GmbH, 04552 Borna ● uesa GmbH, 04938 Uebigau-Wahrenbrück

PLZ 06 (und folgende)

SONOTEC Ultraschallsensorik Halle GmbH, **06112 Halle** ● Halloren Schokoladenfabrik AG 06112 Halle ● Kathi Rainer Thiele GmbH 06116 Halle ● ECH Elektrochemie Halle GmbH, 06120 Halle (Saale) ● Probiodrug AG, 06120 Halle ● VTQ Vide-

otronik GmbH, 06268 Querfurt ● ET blue chip GmbH, 06311 Helbra ● VKK Standardkessel Köthen GmbH, 06366 Köthen ● Pergande Group, 06369 Weißandt-Görlitz ● NOVO-TECH GmbH & Co. KG, 06449 Aschersleben ● Keunecke Feinkost GmbH, 06493 Ballenstedt ● Rundfunk GmbH & Co. KG Gernrode, 06507 Gernrode ● FEAG Sangerhausen GmbH, 06526 Sangerhausen ● ORWO Net AG, 06766 Bitterfeld-Wolfen ● Stahlbau Brehna GmbH, 06796 Brehna

PLZ 07 (und folgende)

Königsee Implantate GmbH, **07426 Aschau/Königsee** ● Matthias Wetzel INDUSTRIEBESCHRIFTUNGEN GmbH, 07745 Jena ● VACOM Vakuum Komponenten & Messtechnik GmbH, 07749 Jena ● Wärmetechnik Wilkau-Haßlau GmbH & Co. KG, **08112 Wilkau-Haßlau** ● Curt Bauer GmbH, 08280 Aue ● Spindel- und Lagerungstechnik Fraureuth GmbH, 08427 Fraureuth ● LEHMANN Maschinenbau GmbH, 08543 Pöhl ● NILES-SIMMONS Industrieanlagen GmbH, **09117 Chemnitz** ● richter & heiß VERPACKUNGS-SERVICE GmbH, 09120 Chemnitz ● KOMSA Kommunikation Sachsen AG, 09232 Hartmannsdorf ● KSG Leiterplatten GmbH, 09390 Gornsdorf ● Ute Schlieder Metallwarenfabrik GmbH, 09517 Zöblitz ● Richter Fleischwaren GmbH & Co. KG, 09569 Oederan ● IMM Holding GmbH (IMM Gruppe), 09648 Mittweida ● MPT Präzisionsteile GmbH Mittweida, 09648 Mittweida ● FMA Frankenberger Maschinen- u. Anlagenbau GmbH, 09669 Frankenberger

PLZ 10 (und folgende)

Weihe Früchte & Salate KG, **10553 Berlin** ● FRITZ JAHN Gebäudeservice GmbH & Co. KG, 10559 Berlin ● WOLFRAM Bürokommunikation GmbH & Co. KG, 13089 Berlin ● LASERLINE Digitales Druckzentrum Bucec & Co. Berlin KG, 13355 Berlin ● RFT kabel Brandenburg GmbH, **14776 Brandenburg an der Havel** ● SIK-Holzgestaltung GmbH, 14913 Langenlipsdorf ● Seramun Diagnostica GmbH, **15754 Heidesee/Wolzig** ● Schoepe Display GmbH, 15827 Dahlewitz ● Bohrlochmessung-

Storkow GmbH, 15859 Storkow ● Heckmann Stahl- und Metallbau Ost GmbH, 15890 Eisenhüttenstadt ● domino-world, **16547 Birkenwerder** ● Hüffermann Transportsysteme GmbH, 16845 Neustadt/Dosse ● Zahnradwerk Pritzwalk GmbH, 16928 Pritzwalk ● Seetel Hotel GmbH & Co. Betriebs KG, **17419 Seebad Ahlbeck** ● Campingplatz Pommernland GmbH, 17454 Ostseebad Zinnowitz ● Benjamin Weiß Einzelunternehmen - TRIHOTEL, Weiß-Hotel GmbH, AQUA Bad- und Sauna, **18055 Rostock** ● SIV.AG, 18184 Roggentin ● folian GmbH, 18442 Groß Lüdershagen ● Unternehmensgruppe Manfred Eggert, 18528 Bergen ● Sweet Tec GmbH, **19258 Boizenburg** ● Dockweiler AG, 19306 Neustadt-Glewe

PLZ 20 (und folgende)

Vater Holding GmbH, **24222 Schwentental** ● Vollmar GmbH Werk Salzwedel, 29410 Salzwedel ● Gummiwerk KRAIBURG RELASTEC GmbH, 29410 Salzwedel

PLZ 30 (und folgende)

Müller-Elektronik GmbH & Co. KG, **33154 Salzkotten** ● Merschbrock-Wiese Gewürz GmbH, 33397 Rietberg ● espas GmbH, **34134 Kassel** ● Okel GmbH & Co. KG, 34474 Diemelstadt ● FingerHaus GmbH, **35066 Frankenberg** ● Meissner AG, 35216 Biedenkopf-Wallau ● Marburger Tapetenfabrik J.B. Schaefer GmbH & Co. KG, 35274 Kirchhain ● Isabellenhütte Heusler GmbH & Co. KG, 35683 Dillenburg ● Krieger und Schramm GmbH & Co. KG, **37351 Dingelstädt** ● MAPROM GmbH, 37671 Höxter ● GETEC AG, **39108 Magdeburg** ● M F G Magdeburger Farbengroßhandel GmbH, 39124 Magdeburg ● AKTUELL BAU GmbH, 39128

Magdeburg ● Schubert GmbH, 39517 Tangerhütte ● Kiebitzberg Möbelwerkstätten, 39539 Havelberg ● Stendaler Landbäckerei GmbH, 39576 Hansestadt Stendal

PLZ 40 (und folgende)

Discher Technik GmbH, **42781 Haan-Gruiten** ● cph Deutschland Chemie GmbH, **45356 Essen** ● TRIMET ALUMINIUM AG, 45356 Essen ● Masterflex AG, 45891 Gelsenkirchen ● Rudolf Ostermann GmbH, **46395 Bocholt** ● BETEBE GmbH, **48691 Vreden** ● AS Antriebstechnik & Service GmbH, 48734 Reken ● Ulrich Walter GmbH (Lebensbaum), **49356 Diepholz** ● Schulte Bauunternehmen GmbH, 49740 Haselünne ● FOPPE Direkt Versand GmbH, 49838 Lengerich (Ems)

PLZ 50 (und folgende)

ONI-Wärmetrafo GmbH, **51789 Lindlar** ● Bluhm Systeme GmbH, **53619 Rheinbreitbach** ● Lubberich GmbH Dental-Labor, **56068 Koblenz** ● Mathias Normann GmbH & Co. KG Spedition - Logistik - Lagerung, 56170 Bendorf ● Colak GmbH, 56220 Urmitz ● Koch Bedachungen GmbH, 56422 Wirges ● monte mare Unternehmensgruppe, 56579 Rengsdorf ● Dr. Eckel GmbH, 56651 Niederzissen ● RHODIUS Schleifwerkzeuge GmbH & Co. KG, 56659 Burgbrohl ● eks Engel GmbH & Co. KG, **57482 Wenden-Hillmicke** ● Gebr. Schumacher GmbH, 57612 Eichelhardt

PLZ 60 (und folgende)

Mundipharma GmbH, **65549 Limburg Lahn** ● ABZ Handels GmbH "Anschlagen-Bewegen- Zurren", **66877 Ramstein-Miesenbach** ● Kübler GmbH - Energiesparende Hallenheizungen, **67065 Ludwigshafen**

Auszeichnungsgalas

- **08. September 2012**, Maritim Hotel Düsseldorf (Preisverleihung für Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen/Bremen, Schleswig-Holstein/Hamburg und Rheinland-Pfalz/Saarland)
- **22. September 2012**, Maritim Hotel Dresden (Preisverleihung für Sachsen, Sachsen-Anhalt, Berlin/Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern)
- **29. September 2012**, Maritim Hotel Würzburg (Bayern, Baden-Württemberg, Hessen und Thüringen)
- **20. Oktober 2012**, Maritim Hotel Berlin (Bundesball mit Verleihung der Sonderpreise und Ehrenplaketten)



● ALPHA Business Solutions AG, 67657 Kaiserslautern ● Insiders Technologies GmbH, 67657 Kaiserslautern

PLZ 70 (und folgende)

Endress+Hauser Conducta GmbH + Co. KG, 70839 Gerlingen ● EROGLU Präzisionswerkzeuge GmbH, 72116 Mössingen ● PARAVAN GmbH, 72539 Pfronstetten-Aichelau ● dataTec GmbH, 72770 Reutlingen ● PLANAT GmbH, 73760 Ostfildern ● Pflanzen-Kölle Gartencenter GmbH & Co. KG, 74078 Heilbronn ● Michael Koch

GmbH, 76698 **Ubstadt-Weiher** ● Bachleitner & Heugel Elektronik OHG, 78655 **Dunningen**

PLZ 80 (und folgende)

Pollin Electronic GmbH, 85104 **Pförring** ● Schreiner Group GmbH & Co. KG, 85764 Oberschleißheim ● Quintessence Naturprodukte GmbH & Co. KG, 88267 **Vogt** ● GÜNZBURGER STEIGTECHNIK, 89312 **Günzburg**

PLZ 90 (und folgende)

iloxx AG, 90449 **Nürnberg** ● defacto.call center & dialog, 91058 **Erlangen** ● Der Beck GmbH, 91058 Erlangen-Tennenlohe ● guttenberger + Partner GmbH, 92342 **Freystadt** ● HORSCH Maschinen GmbH, 92421 Schwandorf ● K+B E-Tech

GmbH & Co. KG, 93413 **Cham** ● ICUnet. AG, 94032 **Passau** ● Strama-MPS Maschinenbau GmbH & Co. KG, 94315 Straubing ● Sturm Holding GmbH, SMP Maschinenbau GmbH, 94330 Salching ● Malzfabrik Mich. Weyermann® GmbH & Co. KG, 96052 **Bamberg** ● Wald- und Sporthotel Polisina, 97199 **Ochsenfurt** ● eibe Produktion + Vertrieb GmbH & Co. KG, 97285 Röttingen ● Heiligenfeld GmbH, 97688 Bad Kissingen ● VOSSELER Umformtechnik GmbH, 98646 **Hildburghausen** ● Feintechnik GmbH Eisfeld, 98673 Eisfeld ● Frischmann Kunststoffe GmbH, 98673 Eisfeld ● N. L. Chrestensen, 99092 **Erfurt** ● Heineemann Etiketten GmbH, 99189 Witterda ● Thüros GmbH, 99887 Georgenthal ● Jahn GmbH Umform- & Zerspanungstechnik, 99897 Tambach-Dietharz ● TMP Fenster + Türen GmbH, 99947 Bad Langensalza ● ADIB Agrar-, Dienstleist.-, Industrie -und Bau GmbH, 99947 Bad Langensalza

Nominiert zur „Kommune des Jahres“:

Saalekreis ● Stadt Meerane ● Stadt Reichenbach im Vogtland ● Landkreis Erzgebirgskreis ● Große Kreisstadt Mittweida ● Stadt Frankenberg ● Sachsen ● Stadt Brandenburg an der Havel ● Stadt Luckenwalde ● Stadt Zossen ● Landkreis Dahme-Spreewald ● Stadt Norden ● Wirtschaftsförderung und Regionalmanagement Waldeck-Frankenberg GmbH ● Stadt Wanfried ● Stadtverwaltung ● Landeshauptstadt Magdeburg ● Wirtschaftsförderungsges. für den Kreis Borken mbH ● Kreisverwaltung Bernkastel-Wittlich ● Wirtschaftsförderungsgesellschaft Westerwaldkreis mbH ● Stadt St. Ingbert ● Verbandsgemeinde Eisenberg ● Stadt Speyer Wirtschaftsförderung ● WFK-Wirtschaftsförderungsgesellschaft Stadt-und Landkreis Kaiserslautern mb ● Stadt Marbach am Neckar ● Stadt Beilstein ● Stadt Großbottwar ● Stadt Albstadt ● Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH ● Gemeinde Obersulm ● Gemeinde Untergruppenbach ● Gemeinde Ilsfeld ● Europäische Metropolregion München ● gfw Starnberg mbH ● Gemeinde Bergkirchen ● Metropolregion Nürnberg ● Stadt Nürnberg Amt für Wirtschaft ● Stadt Nürnberg

● Stadt Altdorf b. Nürnberg ● Stadt Fürth ● Große Kreisstadt Neumarkt i.d.Opf. ● Stadt Regensburg ● Stadt Cham ● Marktgemeinde Hutthurm ● Gemeinde Niederwinkling ● Stadt Hof ● Kuratorium Hochfranken e.V. ● Stadt Kulmbach ● Stadt Kemnath ● Große Kreisstadt Marktredwitz ● Landratsamt Bamberg Wirtschaftsförderung ● Stadt Bamberg ● Markt Buttenheim ● Stadt Coburg ● Stadt Neustadt b.Coburg ● Stadt Würzburg ● Stadt Schweinfurt ● Landkreis Rhön-Grabfeld

Nominiert zur „Bank des Jahres“:

Volksbank Leipzig eG ● VR Bank Leipziger Land eG ● Merkur Bank KGaA Auerbach ● Volksbank-Raiffeisenbank

Glauchau eG ● Volksbank Mittweida eG ● Volksbank Heuchelheim eG ● VR Bank HessenLand eG ● Raiffeisenbank Kürten-Odenthal eG ● Kreissparkasse Mayen ● Volksbank Weinheim eG ● Merkur Bank KGaA, Repräsentanz Stuttgart ● SÜDWESTBANK AG ● Enztalbank ● Volksbank Beilstein ● Kreissparkasse Heilbronn ● Commerzbank Heilbronn ● Volksbank Sulmtal eG ● VR-Bank Stromberg-Neckar eG ● VR Bank Schwäbisch Hall-Craillsheim eG ● BBBank eG Karlsruhe ● VR Bank Südpfalz eG ● Volksbank Offenburg ● eG Raiffeisenbank Gilching eG ● Kreissparkasse München Starnberg ● Baader Bank AG ● Internationales Bankhaus Bodensee AG ● S.D.L. Süddeutsche Leasing AG ● Sparkasse Günzburg-Krumbach ● VR Bank Starnberg Herrsching

Landsberg eG ● Volksbank Nordoberpfalz eG ● Raiffeisenlandesbank Oberösterreich Aktiengesellschaft Zweigniederlassung Süddeutschland ● Teba Kreditbank GmbH & Co. KG ● VR Bank Hof eG ● VR-Bank Hof e.G. ● Kulmbacher Bank eG Raiffeisen-Volksbank ● Fürstlich Castell'sche Bank Credit-Casse KGaA. ■

Pressekontakt



■ **Bernd Schenke**, Pressebeauftragter der Oskar-Patzelt-Stiftung
 ■ **Kontakt:**
 Mollstr. 35 | 10405 Berlin,
 Tel. 030 44038255
 E-Mail: beschenke@aol.com

vispronet SACHSEN FAHNEN

JETZT NEU

Ihr Online-Shop in Sachen Druck

- ✓ riesige Produktvielfalt
- ✓ individuelle Wunschgrößen möglich
- ✓ Digitaldruck oder Siebdruck
- ✓ auf Wunsch Overnight-Lieferung
- ✓ Visprodesign® - Motiv individuell gestalten, auch ohne grafische Vorkenntnisse

www.vispronet.de

Sachsen Fahnen GmbH & Co. KG
 Am Wiesengrund 2, 01917 Kamenz
 Tel.: +49 3578 359-0
 www.sachsenfahnen.de



INDUSTRIE-SCHALTANLAGEN-SYSTEME

ENERGOLINE
 MV Energy
 SL-S
 8PU Premium

FEAG
 ... die intelligente Lösung ...

www.feag-sgh.de



Beim „Bambi“ feiert die Filmbranche, beim „Presseball“ feiern die Medienschaffenden, beim „Sportlerball“ die Sportler und beim „Großen Preis des Mittelstandes“ feiert der unternehmerische Mittelstand. Natürlich gibt es immer wieder mal Unternehmen, die das mit einer staatlichen Hilfsmaßnahme verwechseln und nachfragen: „Wenn ich ausgezeichnet werden sollte, warum muss ich dann selber Karten für die Veranstaltung kaufen?“ Die Antwort ist einfach: Weil auch die ihre Karten bezahlen müssen, die nicht ausgezeichnet werden!

Schließlich basiert die ganze Aktion auf ehrenamtlichem Engagement, auf einer großen gegenseitigen Solidarität mittelständischer Unternehmer untereinander.

Wenn ich wüsste...

Immer wieder gibt es Gäste, die mit aller Raffinesse vor der Veranstaltung erfahren wollen, ob sie Preisträger werden oder nicht. „Wissen Sie“, wollte ein Unternehmer Stiftungsvorstand **Petra Tröger** schon mal aus der Reserve locken, „wenn ich wüsste, dass ich ausgezeichnet werde, dann würde ich noch fünf Karten mehr nehmen und meine Mutter und unsere beiden Vertriebsleiter mit deren Gattinnen mitbringen.“

„Als Unternehmer müssen Sie doch täglich Risiken eingehen!“, antwortete ihm Petra Tröger. „Entscheiden Sie sich! Eines kann ich Ihnen versprechen: Sie bekommen einen attraktiven gemeinsamen Ballabend. Gönnen Sie Ihrer Mutter und Ihren Mitarbeitern etwas Gutes,

begeisterung. emotionen. spannung.

damit die sich noch stärker mit Ihrer aufstrebenden Firma identifizieren. Und die Kontakte zu anderen erfolgreichen Unternehmen, die Sie an diesem Abend gewinnen können, sind der eigentliche Gewinn.“

Spannung bis zum Schluss

Die meisten Teilnehmer dieser Abende verzichten auf solche Fragen und gönnen sich bewusst auch die Spannung, bis zuletzt nicht zu wissen, wie die Jury entschieden hat. Sie sind zu Recht selbstbewusst genug, um weder neidisch noch hämisch reagieren zu müssen, wenn sie selbst nicht unter den Preisträgern sind. Sie sind souverän genug, um zu wissen, dass der eigentliche Gewinner des jährlichen Wettbewerbs „Großer Preis des

Mittelstandes“ der unternehmerische Mittelstand als Ganzes und damit auch jeder einzelne Unternehmer ist. „Mitleid bekommt man geschenkt – Neid muss man sich verdienen“, sagt ein altes Sprichwort.

In den allermeisten Fällen erfuhren die Preisträger jedoch ehrliches Mitfreuen, ehrliche Begeisterung, Kraft und motivierende Anerkennung. Was den Initiatoren anfangs vorschwebte, ist Realität geworden. Der „Große Preis des Mittelstandes“ hat sich zu einer geachteten Auszeichnung entwickelt, der die ganze Breite des unternehmerischen Mittelstandes repräsentiert, alle Branchen, alle Rechtsformen, alle Betriebsgrößen sind vertreten, junge Firmen ebenso wie über 100jährige.

Kleiner Einsatz

Was muss man tun, um hier dazu zu gehören? Eigentlich nicht viel. Man muss als Unternehmen ordentlich arbeiten, damit man positiv auffällt und – von einem Dritten – zum Wettbewerb nominiert wird.

Man muss die Juryunterlagen so ausfüllen, dass die Juroren begeistert sind. Und man muss – wie im Unternehmerleben auch – mit Respekt und Achtung den anderen Wettbewerbsteilnehmern begegnen. Schon 1996 sagte **Lothar Späth** in seinem Grußwort, dass eigentlich alle Mittelständler einen „Großen Preis“ verdient hätten. ■

Ihre Petra Tröger und
Dr. Helfried Schmidt



(Fotos: Boris Löffert)

„Wir sind einfach begeistert!“

Ballabende der Oskar-Patzelt-Stiftung im Anschluss an die Gala zur Auszeichnung der besten Wettbewerbsteilnehmer sind Höhepunkte im Wirtschaftsjahr



DR. BUTZE Fachgroßhandel
für Sauberkeit
& Hygiene

Bodenständigkeit ist ein Schlüsselbegriff im unternehmerischen Handeln bei **DR. BUTZE**. Er beschreibt nicht nur die Kontinuität, mit der die Butzes ihrem Firmenstandort Klingenberg bei Dresden seit Generationen treu sind, sondern auch die Kundennähe, mit der sie ihre Geschäfte betreiben. Partnerschaftlich und flexibel als „Dienstleister für Dienstleister“ aufzutreten, ist die Philosophie von **DR. BUTZE**.

BLUECAMP  **BLUECAMP** ist ein interdisziplinäres Informationsforum, Beratungsnetzwerk und Schulungszentrum mit einer Fokussierung auf die Topthemen Qualität, Innovation, Effizienz und Nachhaltigkeit in der Reinigungs- und Pflegebranche. Besuchen Sie **BLUECAMP** im Internet:
www.bluecamp.de



DR. BUTZE
GmbH & Co. KG
Fachgroßhandel für
Sauberkeit & Hygiene
Am Rittergut 6
01738 Klingenberg
Tel. (035202) 5105-0
Fax (035202) 5105-50
info@butze.de
www.butze.de

Kartenbestellung für Gala und Ball „Großer Preis des Mittelstandes“

Ja, ich bestelle Karten für folgende Veranstaltungen (Gala und Ball):

**08. September 2012,
MARITIM Hotel Düsseldorf**

Maritim-Platz 1 | 40474 Düsseldorf

Preisverleihung für Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen/Bremen, Schleswig-Holstein/Hamburg und Rheinland-Pfalz/Saarland

Euro 140,- zzgl. MwSt. pro Karte

*Zimmerreservierung MARITIM unter: 0211 5209-1456

bitte Kartenanzahl eintragen

**22. September 2012,
MARITIM Hotel Dresden**

Ostra-Ufer 2 | 01067 Dresden

Preisverleihung für Unternehmen aus Sachsen, Sachsen-Anhalt, Berlin/Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern

Euro 140,- zzgl. MwSt. pro Karte

*Zimmerreservierung MARITIM unter: 0351 216-1018

bitte Kartenanzahl eintragen

**29. September 2012,
MARITIM Hotel Würzburg**

Pleichertorstraße 5 | 97070 Würzburg

Preisverleihung für Unternehmen aus Bayern, Baden-Württemberg, Hessen und Thüringen

Euro 140,- zzgl. MwSt. pro Karte

*Zimmerreservierung MARITIM unter: 0931 3053-832

bitte Kartenanzahl eintragen

**20. Oktober 2012,
MARITIM Hotel Berlin**

Stauffenbergstraße 26 | 10785 Berlin

Bundesball – Verleihung der Sonderpreise und Ehrenplaketten

Euro 150,- zzgl. MwSt. pro Karte

*Zimmerreservierung MARITIM unter: 030 2033-4410

bitte Kartenanzahl eintragen

Name, Vorname

Firma

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Telefon (bitte für evtl. Rückfragen angeben)

***Die Reservierung von Hotelzimmern erfolgt nur direkt bei den Hotels bis spätestens vier Wochen vor Veranstaltung. (Kennwort: „Großer Preis des Mittelstandes“)**

Die von mir bestellte(n) Karte(n) bezahle ich per Überweisung an:

**Raiffeisen Landesbank Oberösterreich
ZNDl Süddeutschland
BLZ 740 20 100 • Konto-Nr. 830 4313
(Kennwort: „Großer Preis des Mittelstandes“)**

Die Karten werden ab 1. Juli 2012 und nach Zahlungseingang versandt. Die Anzahl der Plätze ist beschränkt. Bei Stornierung ab vier Wochen vor der jeweiligen Veranstaltung berechnen wir eine Stornogebühr von 100%. Bei sonstigen Stornierungen berechnen wir eine Bearbeitungsgebühr von 20%. Generell bitten wir um Kartenrücksendung bei Stornierungen. Rechnungslegung erfolgt durch die OPS Netzwerk GmbH im Auftrag der Oskar-Patzelt-Stiftung.

Datum, Unterschrift



KUSS wirkt Wunder

Kuss? Was soll denn das hier, werden Sie sich fragen. Das ist leicht beantwortet. Ich wollte Sie neugierig machen. Und wenn Sie diese Zeile jetzt lesen, ist das ja auch gelungen! Natürlich geht es in meiner Kolumne nicht um klassische Frühlingsgefühle. Sondern es geht um ein Geheimnis erfolgreicher Kommunikation.

Doch wie macht man das? Am Anfang jedes Gesprächs steht die Frage, ob es gelingt, eine Beziehung herzustellen, Sympathie zu erzeugen. Wer hier schon versagt, der kann anschließend erzählen, was er will. Er wird nicht ankommen. Doch Vorsicht! Weil Zeit kostbar ist, will kein Gesprächspartner seine Zeit verschwenden. Ein schwacher Inhalt macht jeden Sympathievorschuss zunichte. Und dabei hilft KUSS! Die KUSS-Regel

stammt von Heinz Goldmann. Sie bedeutet: Kürzer, Unkomplizierter, Schneller, Spannender. Ich finde diese Regel genial.

„Kürzer“ bedeutet: Lassen Sie auch den anderen zu Wort kommen! Ein Zuhörer wird erst durch Reden zum Partner werden. „Unkomplizierter“ heißt: Vermeiden Sie Fremdworte. Die wirken zwar gebildet, aber regen selten zum Handeln an. Bei „Schneller“ geht es nicht um einen Schnellredewettbewerb, sondern einfach um die Vermeidung von Langatmigkeit. Rasch zum Punkt kommen. Beim Thema bleiben.

Und „spannender“ bedeutet: Würzen Sie ruhig die eine oder andere Anekdote dazwischen. Beziehen Sie den Gesprächspartner mit Fragen ein. Fesseln Sie ihn. Warum ist KUSS so wichtig? Wir können

zwar ganzheitlich und bildhaft denken. Aber wir können es nur linear beschreiben. Wort für Wort, Satz für Satz. Wer seine Gesprächspartner nicht auf diesem steinigen Weg mitnimmt, der verliert sie, bevor er am Ziel ist. Dann werden Mitarbeiter einfach etwas anderes tun, als sie sollen und Kunden werden ihre Aufträge woanders erteilen.

Sie müssen Ihr Unternehmen durch Krisen und Probleme hindurch führen, die oft genug von Ihnen nicht beeinflusst werden können. Sie wollen Chancen, ergreifen. Denken Sie einfach öfter mal an KUSS. ■

P. Tröger

Ihre Petra Tröger



Ihr starker Partner in Süddeutschland

Die Bank des Jahres in Ihrer Nähe

Wir sind ein sicherer, verlässlicher und gestaltender Partner und engagieren uns insbesondere für den deutschen Mittelstand. Die Auszeichnung zur Bank des Jahres freut uns deshalb ganz besonders, weil wir von Unternehmen sowie Institutionen nominiert und gewählt wurden.

Kundenzufriedenheit ist unsere höchste Auszeichnung – lassen auch Sie sich von uns auf Ihrem Weg in eine erfolgreiche Zukunft begleiten!



www.rlbooe.de

Raiffeisen Landesbank
Oberösterreich
Zweigniederlassung Süddeutschland

Mitarbeiterbindung im Mittelstand

Talent Management in mittelständischen Unternehmen ist eine unverzichtbare Kernaufgabe



Der Fach- und Führungskrätemangel kostet den deutschen Mittelstand jährlich rund 33 Milliarden Euro an Umsatzeinbußen bzw. nicht realisierten Umsätzen. Der Mittelstand reagiert darauf mit einer nachhaltigen Personalstrategie: So ist derzeit das wichtigste personalpolitische Thema, gute Mitarbeiter an sich zu binden. 63 Prozent der Unternehmen messen der Mitarbeiterbindung eine große bzw. sehr große Bedeutung zu. Die Fluktuation der eigenen Mitarbeiter zu verhindern hat sogar eine höhere Priorität als neue Mitarbeiter zu rekrutieren: Recruiting ist mit 45 Prozent nur das fünftwichtigste Thema in mittelständischen Personalabteilungen. Zu diesen Ergebnissen kommt die Ernst & Young-Studie „Talent Management im Mittelstand – mit innovativen Strategien gegen den Fachkräftemangel“, an der sich 700 Firmen beteiligten.

Mittelstand besonders betroffen

„Mittelständische Unternehmen werden noch härter vom demografischen Wandel getroffen als die großen Konzerne, da sie über weniger finanzielle und personelle Ressourcen verfügen, mit denen sie Gegenmaßnahmen in die Wege leiten können“, sagt **Jens Maßmann** von Ernst & Young. Dennoch planen 29 Prozent der Unternehmen zukünftig ihr Budget für Rekrutierung sowie Mitarbeiterbindung und -entwicklung zu erhöhen, nur zehn Prozent werden ihre Talent-Management-Ausgaben in den nächsten drei Jahren senken. 27 Prozent der Umfrageteilnehmer planen Gehaltserhöhungen, um Mitarbeiter stärker an ihr Unternehmen zu binden. Denn Mittelständler sind hier gegenüber Großfirmen in der Regel immer im Nachteil. Sie bilden mehr aus als die Konzerne, aber verlieren immer wieder gute Mitarbeiter dorthin, weil sie nicht die in Konzernen üblichen Gehälter zahlen können.

Junge und regionale Talente

Mit geplanten Mehrausgaben und dem neuen Schwerpunkt Personalmarketing setzen viele Unternehmen bei der Suche nach neuen Mitarbeitern auf bewährte

Pfade: Nach ihrer Rekrutierungsstrategie gefragt, geben 62 Prozent der Mittelständler an, es sei ihnen wichtig, frühzeitig junge Talente wie Schüler und Studenten zu identifizieren und für das Unternehmen zu gewinnen. Bei den 3.598 Firmen, die dieses Jahr zum Wettbewerb „Großer Preis des Mittelstandes“ nominiert wurden, sind viele gelungene, teils langjährige Kooperationen mit den regionalen Schulen und Berufsschulen oder der Berufsakademie zu finden. 55 Prozent der befragten Unternehmen konzentrieren sich vor allem auf die Rekrutierung regionaler Mitarbeiter.

Die zusätzliche Ansprache neuer Zielgruppen hat dagegen in den Unternehmen eine geringe Priorität: Nur 29 Prozent der Studienteilnehmer konzentrieren sich auf die Rekrutierung von Frauen, Migranten oder älteren Mitarbeitern, lediglich 20 Prozent sprechen gezielt potenzielle Kandidaten im Ausland an.

Kooperation um mitzuhalten

Den Kampf gegen den Fachkräftemangel nehmen Unternehmen häufig alleine auf, anstatt strategische Netzwerke zu nutzen. Nur ein Viertel der befragten Unternehmen arbeitet laut der Studie im Personalbereich mit anderen Unternehmen oder Partnern zusammen. Je höher



Gute Tradition bei TMP Fenster + Türen GmbH aus Bad Langensalza: Schüler besuchen den Preisträger des Wettbewerbs „Großer Preis des Mittelstandes“

der Umsatz eines Unternehmens, desto größer ist jedoch die Bereitschaft dazu. So kooperieren immerhin 32 Prozent der mittelständischen Unternehmen mit über 100 Millionen Euro Jahresumsatz mit einem oder mehreren externen Partnern.

Kein Hire and Fire

Solche Kooperationen mit Netzwerken und Multiplikatoren sind Gold wert. Im Gegensatz zum oft beklagten „Hire and Fire“ bei Großunternehmen halten Mittelständler auch in den Krisen zu ihren Mitarbeitern. Das ist die Grundvoraussetzung, um in Wachstumsphasen auf einen verlässlichen Mitarbeiterkern zurückgreifen zu können.

Die besonders erfolgreichen Unternehmen, wie die Nominierten im Wettbewerb „Großer Preis des Mittelstandes“ wissen das und handeln anders als der in der Studie erfasste Durchschnitt. Auch kleinere Firmen sind hier hochgradig in verschiedensten Netzwerken aktiv. Vernetzungs- und Kooperationsaktivitäten sind hier die Regel und gehören zum „biographischen Inventar“ der Unternehmen.

Über den eigenen Tellerrand

Gerade im FuE-Bereich können mit solchen Kooperationen mehrere Ziele gleichzeitig verfolgt werden. Die IPT

Pergande Group aus Sachsen-Anhalt investierte in ein Netzwerk von Forschungseinrichtungen und regionalen Industriepartnern. Heraus kamen neue Verfahren und Technologien auf dem Gebiet der Wirbelschichttechnik und die Lösung eines Personalproblems: Jun.-Prof. Dr.-Ing. **Mirko Peglow** ist seit 2012 neuer technischer Geschäftsführer bei der IPT Pergande GmbH.

Die Weißenfelder Unternehmerin **Elke Simon-Kuch** begeistert mit einer kreativen Marketingidee für das Bundesland Sachsen-Anhalt. Seit Dezember 2011 wirbt der Mitteldeutsche Basketball Club auf dem Trikot für das Land Sachsen-Anhalt. „Wir stehen früher auf“ hieß es früher. Jetzt stehen die Buchstaben S und A von Sachsen-Anhalt für „sexy + ausgeschlafen“. Die „Wölfe“ repräsentieren jetzt deutschlandweit Sachsen-Anhalt als sportlicher Botschafter. Bei der Rückgewinnung von Fachkräften und der Werbung für das Land Sachsen-Anhalt ziehen das Land, die Unternehmen und der Sportclub nun an einem Strang.

Immaterielle Anreize

Um potenzielle und aktuelle Mitarbeiter vom eigenen Unternehmen zu begeistern, sind bewährte Incentives und Anreize immer aktuell: die Vergabe von Diensthandys und Firmenwagen, Boni-



Stolz auf Mitarbeiterstabilität: Mehr als 100 Mitarbeiter hatten in den vergangenen drei Jahren 10- bis 35-jähriges Dienstjubiläum im BluhmWeber-Verbund in Rheinland-Pfalz

Wir stärken Ihr Image



Optimale Mediennutzung für Ihren Erfolg

Rundum-Service

AlphaPeg Media GmbH ist als vielfach ausgezeichnete Agentur der Spezialist für Ihre audiovisuelle Unternehmenskommunikation.

Wir liefern Ihnen ein stimmiges Leistungspaket aus einer Hand.

Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung und unseren außergewöhnlichen Ideen – von der redaktionellen Konzeption über die technische Umsetzung bis hin zur professionellen Vermarktung.

AlphaPeg Media GmbH

Godesberger Allee 73 | 53175 Bonn
Tel: 0228-94905-0 | Fax: 0228-94905-20
info@alphapeg.com | www.alphapeg.com



Der Juniorprofessor der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg wurde technischer Geschäftsführer der Pergande-Group in Weißandt-Gölzau

fikationen, flexible Arbeitszeiten, Teamziele... Der Punkt „Familienorientierung“ bei der Gestaltung der Arbeitszeiten und -bedingungen ist vor allem für Mittelständler außerhalb der Ballungszentren wichtig. Man braucht schon besondere Angebote, um junge High Potentials aus den Konzernzentralen in die Provinz zu ziehen. Auch die unbefangene und freie Nutzung moderner Kommunikations- und Vernetzungsinstrumentarien, zum Beispiel mit Netzwerken wie XING, Facebook oder Kompetenznetz-Mittelstand, spricht für die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens und wirkt attraktiv auf junge Mitarbeiter.

Herausforderung erkannt

Laut Studie hat der deutsche Mittelstand die Attraktivität flexibler Arbeitszeitmodelle erkannt: 45 Prozent der befragten Unternehmen sehen in ihr eine wichtige Herausforderung, die gemeistert werden muss, um Mitarbeiter künftig zu binden und gewinnen. 44 Prozent geben an, die Leistung der Mitarbeiter wertzuschätzen, sei eine große Herausforderung, 43 Prozent nennen hier die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität, dicht gefolgt vom Aufbau einer attraktiven Unternehmenskultur (42 Prozent) und Entwicklungsperspektiven für die Mitarbeiter (41 Prozent). Erfahrungen und Erkenntnisse zum Mitnehmen bietet hier die



Sachsen-Anhalts Ministerpräsident Reiner Haseloff (rechts), Elke Simon-Kuch von der SIMON WERBUNG (Mitte) und MBC-Geschäftsführer Jörg Hexel präsentieren das neue MBC-Auswärtstrikot

Frühjahrskonferenz der Oskar-Patzelt-Stiftung am 16. März. In drei parallelen Workshops geht es um Zukunftsgestaltung durch Mitarbeiterführung:

Matthias Freiling, HR-ARENA GmbH und Botschafter der Oskar-Patzelt-Stiftung, zeigt: „Mitarbeiter finden? Ganz einfach: 1 Inserat, 100 Bewerbungen, 10 Gespräche – fertig! Diese Lösung war gestern. Welche Konzepte gibt es heute, welche Methoden und Werkzeuge stehen zur Verfügung? Der Workshop bietet Konkretes zum Thema „moderne Personalentwicklung für den Mittelstand“.

„Führen heißt Coachen!“ sagt Dr. **Klaus-Dieter Matz**, Privatinstitut Dr. Matz Leipzig und Unternehmensberater der Oskar-Patzelt-Stiftung. Der Supervisor (BDP) verrät, wie Personal- und Führungskräfteentwicklung wirklich funktioniert, wie man Spiegel- und Hebeleffekte nutzt, sich selbst und seine Mitarbeiter coacht und Organisationsentwicklung als kontinuierlichen Verbesserungsprozess begreift.

Hubertus Wolf, Institut für Zukunftsmanagement IFZM, stellt die strategische Unternehmensagenda[©] SUA[©] vor. Ein Programm für die interne 360°-Zukunftstudie, als Leitstand für beste Unternehmensführung und langfristige Werte. Um innovationsgetriebenes Management der Zukunft und kooperatives Zukunftsmanagement zu initiieren. ■

Neue Kunden durch regionales Online-Marketing

Effektive Internet-Werbung
mit dem **WERBEMANAGER**
der Deutschen Post



Raimund Petersen, Mitglied im Bereichsvorstand BRIEF der Deutschen Post AG

Die Bedeutung von Online-Marketing im Medienmix wächst stetig – auch für Unternehmen mit regionalem oder lokalem Werbebedarf. Regional ausgerichtete Werbung im Internet mit dem Werbemanager der Deutschen Post kann Wettbewerbsvorteile schaffen und spricht neue Kunden gezielt an.

Fast die Hälfte aller deutschen Verbraucher informiert sich mittels Suchmaschinen im Internet über Händler und Dienstleister in bestimmten Städten oder Regionen.

Hier haben Anbieter die Nase vorn, die nicht nur über eine ansprechende Webpräsenz verfügen, sondern auch im Netz von den potenziellen Kunden gefunden werden. Wer nicht von der Konkurrenz überholt werden will, kommt deshalb an Online-Marketing nicht vorbei. Doch gerade kleineren und mittelständischen Unternehmen fehlt es oftmals an Zeit und Know-how, um richtig im Internet zu werben. Ihnen kann geholfen werden – mit dem Werbemanager! Die Experten der Deutschen Post setzen professionelle Online-Werbung zur Gewinnung neuer Kunden auf, während sich der Unternehmer auf sein Kerngeschäft konzentrieren kann.

Gezielte, regionale Online-Werbung

Mit dem Werbemanager können Firmen regional im Internet werben. Das Ange-

bot umfasst Suchmaschinen-Werbung bei Google und Bannerwerbung auf vielbesuchten Internetseiten.

Die Online-Werbung kann bundesweit oder nur in dem vom Werbetreibenden gewünschten Einzugsgebiet geschaltet werden. Bei der Auswahl und Buchung der optimalen Werbeform werden die Kunden durch die Online-Experten der Deutschen Post umfassend beraten. Werbemanager Kunden bekommen alles aus einer Hand: von der Planung, Gestaltung und Schaltung ihrer Online-Werbung bis zur Optimierung.

Messbarer Erfolg und transparente Kostena

Die Experten der Deutschen Post sind von Google zertifiziert und arbeiten kontinuierlich an der Optimierung der Online-Werbung. Unterstützt werden diese dabei durch spezielle Software, die anhand tagesaktueller Analysen eine automatische Optimierung der Suchmaschinen-Werbung vornimmt. Dadurch werden die Werbebudgets optimal eingesetzt.

Alle vier Wochen erhalten die Kunden ein ausführliches, transparentes Reporting über den Werbeerfolg. An Online-Werbung führt kein Weg mehr vorbei: Einzelhändler und Mittelständler sind begeistert, weil sie von Kunden aus der Region im Internet gefunden

Deutsche Post

werden. Sie steigern ihre Bekanntheit, gewinnen neue Kunden und erhöhen die Umsatzchancen. Beispiele und weitere Informationen finden Sie unter www.werbemanager.de.

Kompetente Beratung erhalten Sie auch von Ihrem Direkt Marketing Center unter www.direktmarketingcenter.de. ■

Der Werbemanager

- Steigerung der Umsatzchancen durch neue Besucher für die Website und Erhöhung des Bekanntheitsgrads
- Gezielte, regionale Online-Werbung vermeidet Streuverluste
- Zeitersparnis durch umfassenden Service
- Erfolgskontrolle und Kostentransparenz

Überzeugen Sie sich von den Leistungen des Werbemanagers und lassen Sie sich von den Experten der Deutschen Post beraten: Internet World, München am 27. und 28. März 2012 in Halle 2 Stand F 170.

Internet World
Die E-Commerce Messe

Unwichtig für das Alltagsgeschäft

Die Frauenquote wird überbewertet – Stimmen aus dem deutschen Mittelstand

Wirtschaft



Die Kanzlerin ist das Aushängeschild der CDU. Ob sie die gleiche Anerkennung genießen würde, wenn sie per Quotenregelung gewählt worden wäre?

Wer hätte das gedacht? Den heftigsten Streit über Sinn, Zweck und Ausgestaltung einer Frauenquote für Führungsaufgaben in der deutschen Wirtschaft führen in schöner Regelmäßigkeit zwei Frauen: Die Bundesministerinnen **Ursula von der Leyen** und **Kristina Schröder**. Beide gelten als ehrgeizig und würden sich kaum als Quotenfrauen einordnen lassen wollen.

Das denkt der Mittelstand

Ob eine Frauenquote für Führungsfunktionen in deutschen Unternehmen sinnvoll ist, das hat das Sindelfinger Personalberatungsunternehmen Centomo GmbH & Co. KG in einer Umfrage mit dem Titel „Frauenquote: Das denkt der Mittelstand“ unter 1.300 Entscheidern aus dem Mittelstand zwischen Nordseestrand und Alpenrand ermittelt - mit beachtlichen Ergebnissen: Für über 80 Prozent der befragten Unternehmer oder Geschäftsführer – 57 Prozent waren weiblich, 43 Prozent männlich – spielt die Frauenquote für die tägliche Arbeit überhaupt keine Rolle.

Fast 70 Prozent sind zudem der Ansicht, dass Quoten grundsätzlich das Leistungsprinzip konterkarieren. Führen Politik und Medien in Deutschland also eine Phantomdebatte? „Es spricht vieles dafür“, sagt Centomo-Geschäftsführer **Michael Zondler**, der das Thema versachlichen will. „Wir hatten schon aus vielen Gesprächen mit unseren Kunden den Eindruck, dass mit der Frauenquote in Berlin ein Thema aufgeblasen wird, das so in den Betrieben überhaupt nicht existiert und die Politiker mehr interessiert als die Betroffenen. Vor diesem Hintergrund sind die Ergebnisse nicht überraschend.“

Agieren Frauen umsichtiger?

Oftmals werde im Zusammenhang mit der scheinbaren Notwendigkeit einer Frauenquote der Eindruck erweckt, dass weibliche Vorgesetzte umsichtiger agieren oder mehr Einfühlungsvermögen mitbringen. Hierfür gibt es in der Wertung der Praktiker keine Klarheit: 40 Prozent der Befragten sind hier unsicher, jeweils rund 30 Prozent sprechen sich für (29 Prozent) bzw. gegen (31 Prozent) diese These aus. In der Konsequenz findet sich auch keine

Iris Helbeck gründete 1991 die Forster Industrie- und Kesselreinigung GmbH. Heute beschäftigt sie über 500 Mitarbeiter und ist Preisträgerin des „Großen Preises des Mittelstandes“



Oskar-Patzelt-Stiftung

■ In der Oskar-Patzelt-Stiftung wird der Vorstand und das Kuratorium von vier Personen geleitet. Drei davon sind weiblich, also beträgt der Frauenführungsanteil 75 Prozent. Ganz ohne Quote.

Mehrheit für die Annahme, ein Mehr an weiblicher Führungsverantwortung hätte die Wirtschafts- und Finanzkrise verringert oder gar verhindert: Insgesamt 64 Prozent sind der Ansicht, dass dies nicht der Fall wäre, wobei die weiblichen Befragten mit 51 Prozent die Meinung vertreten, dass mehr Geschlechtsgenossinnen in Top-Positionen die Krise wohl besser gemeistert hätten. Fast 60 Prozent sind zudem der Ansicht, dass die Diskussion über die Frauenquote angesichts der wirtschaftlichen Herausforderung unangemessen ist.

Klare Antworten gab es auf die Frage nach der Bedeutung von Quoten für das Leistungsprinzip: Mit einer satten Zweidrittel-Mehrheit (68 Prozent) stimmen die Befragten der These zu, dass Quoten das Leistungsprinzip außer Kraft setzen, bei den Männern stimmen hier 84 Prozent zu, bei den befragten Frauen 56 Prozent. Für den Fall, dass es tatsächlich eine gesetzlich geregelte Frauenquote für deutsche Unternehmen geben sollte, sprechen sich klare 72 Prozent der Praktiker dafür aus, dass diese nicht nur für Führungsaufga-

ben gelten soll. Hier liegen die Ansichten von Frauen und Männern unter den Befragten sehr dicht zusammen (Männer 74 Prozent, Frauen 71 Prozent).

In der Praxis nicht erwünscht

Bei Centomo sieht man sich in der bisherigen Analyse des Themas Frauenquote nun weitgehend bestätigt: „Eine Frauenquote für Führungsaufgaben wird offensichtlich in der Praxis nicht gewünscht und offensichtlich auch nicht benötigt. Hier klaffen politische Theorie und unternehmerische Praxis leider weit auseinander“, sagt Michael Zondler. Viel bedeutender als die Geschlechterfrage seien Fachkompetenz und Soft Skills. Zondler: „Wenn die Ministerinnen weiter streiten, ob man eine Quote braucht oder nicht und wie man sie denn umsetzt, dann sollten sie dies vielleicht in ihrer eigenen Bundestagsfraktion tun: Die CDU/CSU-Fraktion hat nämlich mit 20,1 Prozent den geringsten Frauenanteil aller im Bundestag vertretenen Fraktionen.“ ■

Andreas Schultheis

Prinzip GMV im Mittelstand

■ GMV – Gesunder Menschenverstand – ersetzt im Mittelstand unnötige Überregulierung. Die „Frauen-Quote“ beim Autohaus Hopp GmbH aus dem niedersächsischen Steyerberg, Finalist beim „Großen Preis des Mittelstandes“ 2011, beträgt 50 Prozent. Wiedereinsteigerinnen werden qualifizierte Arbeitsplätze für halbtags und Teilzeit zur Verfügung gestellt; sie werden gesondert qualifiziert. Ganz ohne Quote.

KIF KOMMUNALTECHNIK
INSTANDESETZUNG
FERTIGUNGS - GmbH



20 Jahre

(1992 – 2012)

Kreativität · Ideenreichtum · Flexibilität

- **Aufbautenhersteller** für Kommunalfahrzeuge (Schneepflüge, Frontkehrbeseen, Anbau-/Aufsatzstreuer, Spezialaufbauten)
- **Zuschnittarbeiten** Laseranlage (bis 20 mm Stärke) Drehen, Fräsen, Hobeln
- **Stahlhandel und -anarbeitung**
- Metallbau und Edelstahlverarbeitung Tore · Treppen · Geländer · Zäune
- **Anfertigung von Hydraulikschläuchen** nach Kundenwunsch



Wölmsdorfer Weg 3 · 14913 Niedergörsdorf
Tel. 033741/ 8051-0 · Fax 033741/8051-51
www.kif-niedergoersdorf.de · info@kif-niedergoersdorf.de

Hersteller von
wiederverwendbaren
Kunststoffverpackungen



Schoeller Arca Systems GmbH
Sacktannen, 19057 Schwerin
Tel.: +49 385 6452 0
info.schwerin@schoellerarca.com
www.schoellerarcasystems.de

MCS
MEDIUM CONTROL SYSTEMS

Ihr Ansprechpartner für
Gaswarnsysteme für toxische
und brennbare Gase
sowie Gasmangelsysteme

... für Forschungseinrichtungen,
Universitäten, Krankenhäuser,
Unternehmen, Tiefgaragen ...



Labor
Boehringer Ingelheim Pharma GmbH



Öl Raffinerie in Mitteldeutschland



IKEA Berlin



Friedrich-Alexander-Universität Erlangen

Medium Control Systeme
Franke & Hagenest GmbH
Borngasse 1a
D - 04600 Altenburg



Telefon +49 (0) 34 47 - 86 18 12
Fax +49 (0) 34 47 - 86 18 14
info@mcs-gaswarnanlagen.de

www.mcs-gaswarnanlagen.de

SPÜREN · MESSEN · WARNEN

Starke Europäer schlagen die USA

INSM-Innovationsmonitor 2012: Schwächen sind bei jungen Unternehmen der Spitzentechnologie festzustellen. China bleibt ein Herausforderer im Aufwind.



Hubertus Pellengahr, Geschäftsführer der INSM: „Deutschland muss innovationsfreundliche Rahmenbedingungen schaffen“

Bei den Innovationsbedingungen erreicht Deutschland im internationalen Vergleich von 28 OECD-Ländern den 6. Platz. Arbeitskräfte mit einer technischen Berufsausbildung sind aus Sicht deutscher Innovatoren einer der wichtigsten Faktoren für die Innovationsfähigkeit und bilden gemeinsam mit technisch-naturwissenschaftlichen Akademikern die große Stärke des hiesigen Innovationsstandorts.

Innovationsfreundliche Rahmenbedingungen schaffen

Um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und auszubauen, muss die deutsche Politik vor allem das Problem fehlender Arbeitskräfte bekämpfen, die Anzahl der Studierenden in den technischen Fächern erhöhen sowie den Zuzug qualifizierter Arbeitskräfte vergrößern. Das sind zentrale Ergebnisse des INSM-Innovationsmonitors 2012, der vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) im Auftrag der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) erstellt wurde. „Deutschland muss innovationsfreundliche Rahmenbedingungen schaffen - das ist so wichtig wie nie zuvor. Denn nur

mit erfolgreichen Innovationen werden wir nachhaltiges Wachstum generieren können und damit unseren Wohlstand erhalten und stärken“, sagte **Hubertus Pellengahr**, Geschäftsführer der INSM.

Bildungssystem muss effizienter werden

Dringendste Aufgabe der deutschen Politik ist es, das Angebot an Arbeitskräften in den technischen Berufen zu erhöhen, da durch den demografischen Wandel in den kommenden Jahren viele erfahrene Mitarbeiter in den Ruhestand wechseln und Trends wie die Elektromobilität oder die Erneuerbaren Energien den Arbeitsmarktbedarf an technisch-naturwissenschaftlichen Qualifikationen nochmals deutlich erhöhen werden.

In Deutschland muss das Bildungssystem effizienter gestaltet und dessen Durchlässigkeit für Kinder aus bildungsfernen Elternhäusern und für Kinder mit Migrationshintergrund verbessert werden. An der Spitze des Gesamtrankings stehen Finnland und die Schweiz, gefolgt von Südkorea, Dänemark und Kanada. Die USA erreichen lediglich eine Platzierung im Mittelfeld. Am Ende des Rankings stehen die Türkei und die Euro-Krisenländer Griechenland, Italien, Portugal, Irland und Spanien.

Krisenländer haben gemeinsame Schwächen

Als weiteres wichtiges Ergebnis zeigt die Studie, dass ein Zusammenhang zwischen der Innovationskraft und dem Bonitätsrating eines Landes existiert: „Unter den besten acht Ländern im Innovationsranking erreichen sieben eine AAA-Bewertung ihrer Länderbonität. Unter den letzten elf Plätzen weist kein Land dieses Rating auf. Über Fortschritte bei der Innovationskraft könnten die Euro-Krisenländer ihre Wachstumsperspektiven deutlich verbessern und damit den notwendigen Konsolidierungskurs unterstützen.“

Aber auch die erfolgreicher europäischen Staaten können sich auf ihren Lorbeeren nicht ausruhen. Blickt man auf die Entwicklung von innovationsre-

levanten Wettbewerbsfaktoren, so wird deutlich, dass China stark aufholt. Das Land hat in den vergangenen Jahren ein modernes Patentrecht eingeführt. Dies sichert zwar die Ideen deutscher Unternehmen (die seit 1995 ihre Patentanmeldungen in China verzehnfacht haben), gleichzeitig werden aber auch die Erfin-

dungen chinesischer Unternehmen besser geschützt. Als Konsequenz wird China von einem gefürchteten Imitator zu einem ernstzunehmenden Innovationskonkurrenten. Die Studie und weitere Ergebnisse dazu finden Sie unter www.insm.de.

Bernd Schenke

feluwa
KOMPETENZ IN PUMPEN

*Nur wer anders ist,
kann auch hervorstechen.*

Wir sind spezialisiert auf die Entwicklung, Konstruktion und Fertigung von Doppel-Schlauchmembranpumpen für abrasive, aggressive und toxische Medien.

Technische Exzellenz, Qualität und Kundenzufriedenheit sind unsere Basis für eine intensive und langjährige Partnerschaft mit unseren Kunden.

Großer Preis des Mittelstandes
Premier 2010

Besuchen Sie uns auf
www.feluwa.com/

FELUWA Pumpen GmbH | Beulertweg 10 | D-54570 Mürlenbach | Tel. +49 (0) 6594.10-0 | info@feluwa.de

www.die-shirttuner.de



Abraham Dürninger & Co.
PREISTRÄGER 2008

PRODUKTE AUS KUNSTSTOFF FÜR DEN ERFOLG VON IDEEN.



FÜR INDUSTRIE,
HEALTHCARE,
AUTOMOTIVE,
SHOP UND DISPLAY.



AFK[®]

AFK Andreas Franke Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG
Industriestraße 53-55 | 57413 Finnentrop
Telefon: (0 27 21) 95 44 40 | Fax: (0 27 21) 95 44 50
kontakt@afk-kunststoff.de | www.afk-kunststoff.de

Klares Fernziel hilft

Der Leuchtturm am Horizont ermöglicht es, sich in jeder Situation aufs Ziel hin auszurichten. Diese wichtige Orientierungsfunktion erfüllt bei Firmen ein „Unternehmens-Lebenszielplan“.

- Welche unternehmerischen Leistungen und übergeordneten Ziele habe ich mit meinem Unternehmen erreicht? Aus welchen Gründen kann auch die nächste Führungsgeneration mit Stolz auf das Erreichte zurückblicken? Welchen Menschen und Zielgruppen (Kunden, Mitarbeiter, Zulieferer, Behörden, Banken,...) hat mein Unternehmen in den letzten Jahrzehnten welchen besonderen Nutzen geboten? Wem haben wir geholfen, erfolgreich zu sein, Probleme zu lösen, seine Bedürfnisse zu befriedigen?
- Welche materiellen Ziele (Marktanteile, Eigenkapitalquote, Immobilien, Betriebs-/ Geschäftsausstattung, ...) haben wir erreicht?
- Welche mitmenschlichen Ziele (Arbeitsatmosphäre, Firmenkultur, Vertrauen, Harmonie, ...) haben wir erreicht?
- Welche Anerkennung (guter Ruf, Image, Wertschätzung bei Mitarbeitern und in der Gesellschaft,...) hat mein Unternehmen erhalten? Durch welche Leistungen haben wir diese Wertschätzung jeweils erreicht?
- Was hat mein Unternehmen für Gesundheit, Fitness und Wohlbefinden welcher Menschen getan? Wel-

Im Geschäftsleben ist es häufig nötig, flexibel zu reagieren oder plötzlich sich bietende Chancen kurz entschlossen wahrzunehmen. Wer sich in solchen Situationen an einem Fernziel orientieren kann, wird leichter zu einer guten Lösung finden, als wenn die langfristige Ausrichtung des Unternehmens nicht geklärt ist. Für Firmen sollte es deshalb eine Selbstverständlichkeit sein, ihre langfristige Ausrichtung in einem „Unter-

nehmens-Lebenszielplan“ festzulegen. Diese strategische Planung ist unverzichtbare Voraussetzung für das operative Geschäft: Erst wenn Einigkeit über das „Wohin?“ besteht, kann auch das „Wie?“ geplant werden. Der Lebenszielplan eines Unternehmens sollte Antworten auf die folgenden Fragen geben (möglichst als „Zielfoto in Worten“, also aus Sicht des erreichten Endzustandes in 20, 30 oder gar 50 Jahren):

Wirtschaft

(Foto: Ahmed Al-Shukaili/istockphoto)

7-Farben HQPP (high quality post print) in der Lara Print

vollautomatisches Hochregallager

Schieberegallager

Papierrollenlager

WL Wellpappenwerk KG
L eistungsfähig
U mweltfreundlich
C reativ
k undenorientiert
a ttraktiv

Wellpappenwerk Lucka KG
 Bahnhofstraße 36
 04613 Lucka
 Tel.: 034492/300

LARA Print
 Hemmendorferstraße · 04613 Lucka
 Tel.: 034492-30115 · Fax: 034492-30116

che Umwelt- und Gesundheitsgefährdungen haben wir vermieden, welchen Beitrag zum Natur- und Umweltschutz haben wir geleistet?

Gefühle bringen Energien zum Fließen

Wichtig: Die Unternehmens-Lebensziele sollten nicht nur für den Chef eine anhaltend starke Anziehungskraft und Motivation erzeugen. Die gesamte Führungscrew sowie alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen von diesen langfristigen Perspektiven derart „gebissen“ sein, dass sie sich über viele Jahre hinweg mit all ihrer Energie dafür engagieren, diesen Zielen stetig näher zu kommen. Deshalb sollten die Lebensziele möglichst emotional beschrieben sein: Gefühle bringen Energien zum Fließen, fördern Kraft und Kreativität. Je stärker die langfristigen Ziele die Menschen im Unternehmen nicht nur rational ansprechen, sondern auch emotional berühren, desto stärker wird die Wirkung dieser Ziele sein.

Ziele klar formulieren

Des Weiteren sollten die Ziele so formuliert sein, dass sie für alle nachvollziehbar, verständlich und überzeugend sind. Das setzt voraus, dass sie auch wirklich zur Firma passen – zur „Persönlichkeit“, zum „Profil“, zur „Kultur“ und zum „Stil“ des Unternehmens. Ebenso müssen die Ziele zu den Menschen passen – zu den Persönlichkeiten, Begabungen, Fähigkeiten und Anlagen der Führungskräfte wie der Mitarbeiter.

Natürlich sind die Lebensziele eines Unternehmens nicht endgültig in Stein

Über den Autor



- Werner Bayer ist Vorstand der HelfRecht Unternehmerische Planungsmethoden AG, Bad Alexanders-bad (www.helfrecht.de)
- Erreichbar unter E-Mail: w.bayer@helfrecht.de oder Telefon: 09232/601-292.

(Foto: Werner Bayer)

gemeißelt. Vielmehr sollte regelmäßig – mindestens einmal im Jahr – überprüft werden, ob sie noch Gültigkeit haben, womöglich schon erreicht oder hinfällig geworden sind und ob neue Aspekte neue Zielformulierungen oder Textänderungen erfordern. Gerade in Auf- und Umbruchzeiten, wie wir sie jetzt erleben,

ist das langfristig festgelegte Fernziel eine stabile und stärkende Orientierung. Es ermöglicht den Verantwortlichen, mit ihrer Kanzlei einen eigenen Weg zu gehen. Mit Überzeugung, mit Selbstbewusstsein – und so auch mit Erfolg. ■

Werner Bayer

DIE PA[®]
 Personalleasing

Sie werden uns bezaubernd finden.

Wir lösen Ihre Personalprobleme - elegant & kompetent. Durch die soziale Verantwortung unseren Mitarbeitern gegenüber, bieten wir Ihnen ein Produkt auf höchstem Niveau. Egal, ob Sie in Ihrem Unternehmen Personalbedarf haben oder outsourcen möchten.

Sprechen Sie uns einfach an!
 Tel.: 03 91 / 81 05 100

kiwa
 geprüft & zertifiziert

transparent & fair
 100% Transparenz

Die p. A. - GmbH Personalleasing - Saalestraße 29 - 39126 Magdeburg - www.die-pa.de

kompetenznetz mittelstand

Unternehmen

Produkte

Experten

Stellenangebote

News

Veranstaltungen

Sie wollen mehr?

www.kompetenznetz-mittelstand.de



Waldheimer Gewürze GmbH



Die Spezialität des Herstellers von Gewürzen, Kräutern, Mischungen und Marinaden sind alte Rezepturen sächsischer Fleischer- und Küchenmeister.

www.waldheimer-gewuerze.de

Die Wachstumsberatung



Wollen Sie nachhaltig schneller wachsen als die Konkurrenz? Wir helfen dabei. Basis unserer Arbeit ist das prämierte Strategieverfahren der „Bambus-Code®“.

www.ub-kalkbrenner.de

SSI Schäfer Noell GmbH



SSI SCHÄFER ist der weltweit führende Anbieter von Lager- und Logistiksystemen. Sprechen Sie uns an, wir beraten Sie gerne bei der effizienten Gestaltung Ihrer individuellen Logistiklösung!

www.ssi-schaefer.de

ONI-Wärmetrafo GmbH



Reduzieren Sie Ihre Energiekosten wie 3.600 zufriedene ONI-Kunden durch den Einsatz energieeffizienter Kühlanlagen, Wärmerückgewinnungs- und Temperiersysteme oder der EtaControl-Technologie.

www.oni.de

HENKA Werkzeuge+ Werkzeugmaschinen GmbH



Mit 20 Jahren Erfahrungen mit Präzisionswerkzeugen von SANDVIK und PRECI-TOOL helfen wir auch Ihnen bei Zerspanungsproblemen.

www.henka.de

DIE p. A. – Die private Arbeitsvermittlung & Personalleasing GmbH



Ihr verantwortungsbewusster Personaldienstleister: Wir vermitteln engagierte, qualifizierte und flexible Mitarbeiter – zuverlässig, deutschlandweit.

www.die-pa.de

Sächsische Porzellan-Manufaktur Dresden GmbH



Dresdner Porzellan seit 1872. Nach alten Meistern werden noch heute in reiner Handarbeit die traditionellen Stücke in fast unerschöpflicher Vielfalt gestaltet und bemalt.

www.dresdner-porzellan.com

Kästner Präzisionswerkzeuge GmbH



Auf 21 Jahren Firmengeschichte basiert die Erfahrung von Kästner. Das Sortiment besticht durch Sonderwerkzeuge, Vielfalt und modernste Technik. Es gelang bereits der internationale Durchbruch.

www.zerspanungswerkzeuge.net

Bramburg Werbung Torsten Koch eK



Ihr Dienstleister für Ihre Präsentation. Wir liefern Klapprahmen, Rollup, Messestände & PrintGreen! Großformatdruck vom Poster bis zur Plane. Ohne Lösungsmittel im Trend der Zeit.

www.Bramburg-Werbung.de

EDUR-Pumpenfabrik Eduard Redlien GmbH & Co. KG



Die hochspezialisierte Pumpentechnik überzeugt mit exzellenten Ingenieurleistungen seit 1927. Innovative Kreisel- und Vakuumpumpen setzen Maßstäbe.

www.edur.com

Formguß Dresden GmbH



Auf höchsten Stand der Technik zum Wohle der Kunden. Aluminiumguss in den Verfahren Hand- und Maschinenformguss, Kokillenguss sowie Prototypen.

www.formguss-dresden.de

Deutsche Post AG – Direkt Marketing



Zuverlässiger Partner für die Werbung per Brief und regional im Internet. Die Experten für Kommunikation beraten Sie gerne persönlich oder am Telefon.

www.direktmarketing-center.de

Paracelsus-Klinik Reichenbach GmbH



Die bürgernahe Klinik mit weit gefächertem Leistungsprofil und hervorragend ausgebildeten Fachkräften sorgt für die beste Versorgung der Patienten.

www.paracelsus-kliniken.de

Werkmeister GmbH + Co. KG



Der Trendsetter für Wellnessprodukte ist seit über 45 Jahren ein zuverlässiger Partner des Sanitätsfachhandels und der Orthopädie- und Reha-technik.

www.werkmeister-gmbh.de

Rudolf Ostermann GmbH



Ostermann ist ein expandierender Großhandel für Schreinereibedarf und auf diesem Gebiet Europas Marktführer. Der Vollsortimenter für Innenausstattung erweitert sein Sortiment stetig.

www.ostermann.eu

Erzgebirgssparkasse



Die Erzgebirgssparkasse gewährleistet Aufgrund der grundsoliden Eigenkapitalisierung eine stabile Kreditversorgung der Region und eine langfristige Begleitung des expandierenden Mittelstands.

www.sparkasse-erzgebirge.de

PRT Rohrtechnik Thüringen GmbH



Der Dienstleister der Versorgungswirtschaft agiert in allen Sparten erfolgreich: Anlagen- und Rohrleitungsbau, Tief-, Kabel- und Stationsbau sowie Service.

www.prt-thueringen.de

Indula GmbH Industriellackierung/ Siebdruck



Das zertifizierte Unternehmen bietet seinen Kunden seit 1987, nicht nur Industriellackierungen, Pulverbeschichtungen, Siebdruck, Werbetechnik und Flockdruck, sondern auch einen umfangreichen Internetservice.

www.indula.de

PARAVAN GmbH



PARAVAN ist Erfinder, Entwickler und Hersteller von einzigartigen Fahrzeugen für behinderte Menschen. Seit 2009 ist das Unternehmen Weltmarktführer in diesem Bereich.

www.paravan.de

OPS Netzwerk GmbH



Betreibt das Kompetenznetz-Mittelstand, verlegt das bundesweite P.T. Magazin und ist Hauptsponsor des Wettbewerbs „Großer Preis des Mittelstandes“.

www.pt-magazin.de

Netzwerken auf höchstem Niveau

Die Arbeit im Netzwerk der Besten, im Kreis der Teilnehmer des Wettbewerbs „Großer Preis des Mittelstandes“ der Oskar-Patzelt-Stiftung entwickelt sich zum 5-Sterne-Netzwerken. Der Begriff OPWERKEN lehnt sich bewusst an die Oskar-Patzelt-Stiftung und deren Servicegesellschaft, die OPS Netzwerk GmbH, an. OPWERKEN verbindet vier Tätigkeitsbereiche:

- Empfehlungsmarketing
- Positionierung
- Kommunizieren
- Führen und Gestalten

Gefragt sind Kreativität und Konsequenz in der Nutzung dieser Instrumente.

Empfehlungsmarketing

Zum Wettbewerb „Großer Preis des Mittelstandes“ kann man sich nicht selbst bewerben, sondern muss von Dritten nominiert werden. Da es weder Teilnahme- noch Bearbeitungsgebühren gibt, kann man sich auch nicht „einkaufen“. Firmen zum Wettbewerb zu nominieren, ist daher Empfehlungsmarketing pur.

Positionierung

Man kann Firmenprofile auf www.kompetenznetz-mittelstand.de pflegen und mit Inhalten anreichern. Man kann sich in den Medien und Websites des Wettbewerbs präsentieren. Und man kann auf Tagungen und Veranstaltungen des Wettbewerbs auftreten, und und und... Nicht umsonst berichten bereits mehr als 40 Bücher über den Wettbewerb „Großer Preis des Mittelstandes“.

Kommunizieren

Man muss miteinander reden, wenn man sich wirklich kennenlernen und miteinander ins Geschäft kommen will. Dafür bieten der Wettbewerb „Großer Preis des Mittelstandes“ mit seinen Websites, Veranstaltungsformaten und Medien eine hervorragende Plattform. Natürlich auch im Web2.0:

- www.youtube.com/opsnetzwerk
- www.flickr.com/photos/opwerk
- <http://twitter.com/#!/opsnetzwerk>
- www.xing.com/companies/oskar-patzelt-stiftung
- www.facebook.com/opwerk
- http://de.wikipedia.org/wiki/Gro%C3%9Fer_Preis_des_Mittelstandes

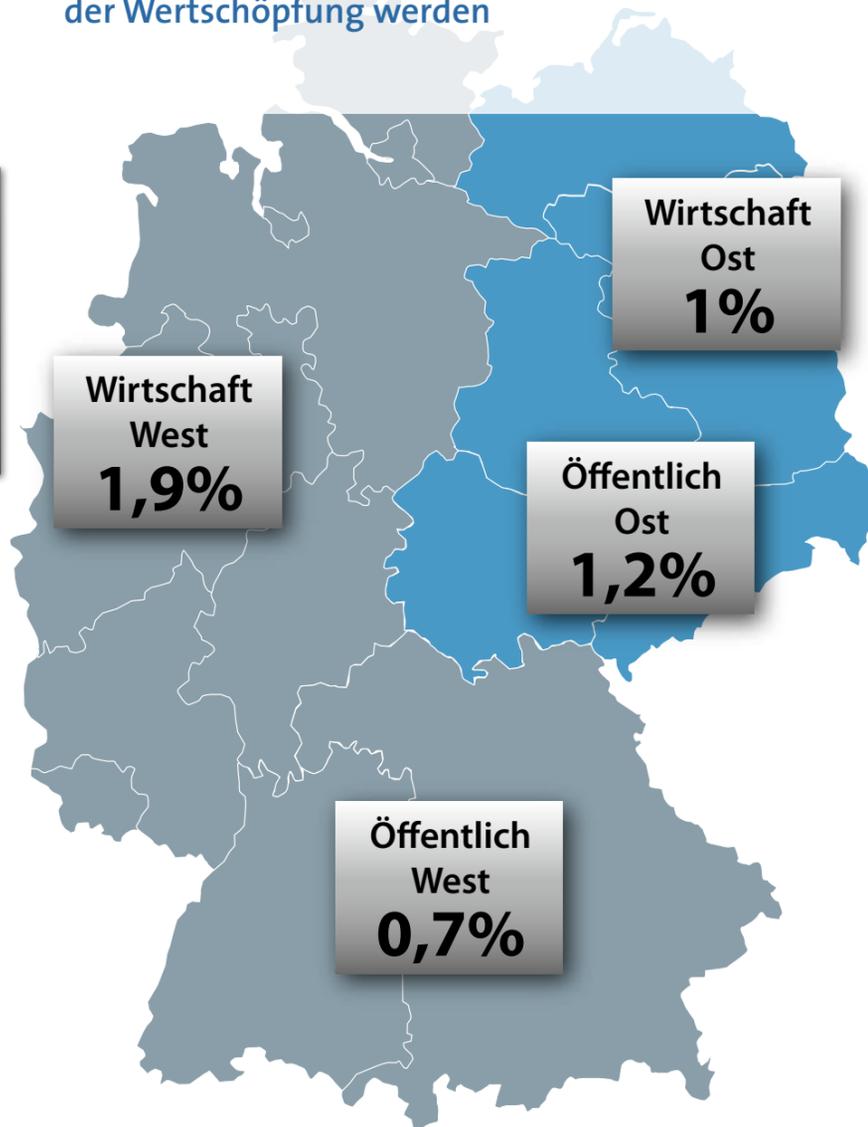
Führen und Gestalten

In fünf Wettbewerbskriterien erfassen die Juryfragebögen ein Unternehmen als Ganzes und in seiner Rolle in der Gesellschaft. Bereits seit Jahren werden die Juryunterlagen daher als ergänzendes Führungs- und Managementinstrument benutzt. Das will die Stiftung künftig noch besser unterstützen. Künftig kann auf ausgewählte Unternehmensberater zurückgegriffen werden, die als „Autorisierte Berater der OPS Netzwerk GmbH“ frei tätig sind.

- **Christian Kalkbrenner**, KALKBRENNER-Unternehmensberatung, 88131 Lindau, Tel. 083 82 - 409 301, www.ub-kalkbrenner.de
- **Volkmar Redlich**, REDLICH - Unternehmen beraten, 15838 Am Mellensee, Tel.: 033703/687-78, www.redlich-beraten.de
- **Robert Knitt**, IM BE MA - Consult GmbH, 96224 Burgkunstadt, Tel. 09572 / 603 275, www.imbema-consult.de
- **Wolf-Helmut Sieg**, Sieg-Consulting Si.C, 23899 Gudow, Tel. 04547 159 303, www.sieg-consulting.com
- **Christian Wewezow**, 69120 Heidelberg, Tel.: 06221- 778 20 08, www.clockwise-consulting.de
- **Wolfram Kuhnen**, IMB GmbH & Co. KG, 41516 Grevenbroich, Tel. 02181 70 54 70, www.imb-beratung.de

Headquarterstrategie für Mittelstand

Gesucht: M&A-Build-Strategie, damit global aktive Mittelständler zu Zentren der Wertschöpfung werden



Interne Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im Wirtschaftssektor im Jahr 2006. Mittelständische Unternehmen sind oft nicht in der Lage, eine eigene FuE breit aufzubauen und dann auf die Ergänzung durch öffentliche Förderinstitutionen angewiesen.

Seit nunmehr über zehn Jahren verharrt in den neuen Ländern die Wirtschaftsleistung pro Einwohner bei rund 70%, pro Erwerbstätigen bei rund 80% des westdeutschen Durchschnitts. Offensichtlich existiert eine Wachstumsbarriere struktureller Art, die Folge der sozialistische Wirtschaftsform und der Art der Transformation zu einer Marktwirtschaft ist. Will man weiter das Ziel eines

Angleichens der Lebensverhältnisse verfolgen, damit verbunden auch eines Stärkens der Steuerkraft in den neuen Ländern, dann ist eine neue Qualität einer nachhaltigen Wachstumsstrategie erforderlich. Erreichbar erscheinen Anpassungsniveaus an das Westniveau bis zu einer Höhe von rund 85%. Denn in den neuen Ländern fehlen zentrale ökonomische Verdichtungsgebiete, wie

diese für Westdeutschland typisch sind, und Berlin hat bis heute zu seiner historischen Bedeutung als Wachstumsmotor des mitteldeutschen Wirtschaftsraums nicht zurückgefunden

Geringere wirtschaftliche Dichte

In der Tat liegen wesentliche Ursachen für die Stagnation des Angleichungsprozesses in der im Vergleich zum Westen weit geringeren wirtschaftlichen Dichte des Ostens und insbesondere dem unzureichenden Besatz mit Führungszentren, die eine hohe Bedeutung für die langfristige Entwicklung eines Landes besitzen. Durch deren weitgehendes Fehlen ergeben sich Einkommensverluste, Innovationsverluste, Verluste an Nachfrage nach hochwertigen Konsumgütern, damit Nachteile für die Urbanität, insgesamt vor allem verminderte Entwicklungschancen für hochqualifizierte (junge) Menschen vor Ort.

Will man dies ändern, bedarf es entweder des Zuzugs von Führungszentren relevanter Größe oder des stetigen Aufbaus derartiger Funktionen am Standort. Internes Wachstum wird nicht reichen, weshalb über die Netzwerk- und Kooperationsbeziehungen hinaus externes Wachstum, als Übernahmen im Mittelstand erforderlich sind. Diese werden sich aus naheliegenden Gründen vor allem vertikal, also entlang der Wertschöpfungskette, und horizontal, als auf gleicher Wertschöpfungsebene, zum Arrondieren von Produktportfolios vollziehen.

Mindestschlagkraft entwickeln

Eine wirtschaftspolitische Strategie des weiteren Aufholens muss folglich dieses externe Wachstum weit stärker fördern, als dies bisher geschah. In einer Marktwirtschaft ist die Balance zwischen einer Integration von Unternehmen unter eine einheitliche Leitung oder die Koordination selbständiger Unternehmen über den Markt stets neu auszutarieren. Die Entwicklung der vergangenen Jahre zeigt im Mittelstand deutlich eine Tendenz zu größeren Einheiten, weil die Produktivität mit der Überregionalität

des Absatzes zunimmt, weiter steigt mit internationalen Märkten und am höchsten liegt, wenn ausländische Tochtergesellschaften existieren und damit das mittelständische Unternehmen von der Teilhabe an der weltweiten Arbeitsteilung besonders intensiv profitieren kann. Doch dazu benötigt es eine Mindestschlagkraft. Entwicklungsziel ist das „Global Medium-Sized Enterprise“, der global aktive Mittelständler.

Cluster und Führungszentralen

Die Wirtschaft der DDR war in Bezug auf die Wertschöpfung erheblich stärker integriert als moderne Unternehmen des Westens. Auch hatte in den siebziger Jahren die sozialistische Zentralisierung, besonders durch die Enteignungen des Mittelstandes und die anschließende Konzentration der Wirtschaft genau eine gegenläufige Tendenz ausgelöst im Vergleich zur Dezentralisierung im Westen, mit der man sich flexibel auf die Probleme, die die Änderungen in der Weltwirtschaft in Folge der Ölkrise mit sich brachten, einstellte.

Mit der Treuhandprivatisierung fand eine starke Desintegration statt, die aber auch die bisherigen Lieferverflechtungen weitgehend kappte und damit die Systemfähigkeit der Wirtschaft zerstörte: Man war nun meist auf Lieferbeziehungen zu Unternehmen außerhalb der Region angewiesen. Die damit entstandene Kleinteiligkeit wirkt noch heute fort, wie die Abbildung auf Seite 42 zeigt.

In den neuen Ländern waren es anfänglich die vertikalen Cluster, die die wirtschaftliche Lage stabilisierten, weil die mit ihnen verbundenen Großinvestitionen massive Beschäftigungseffekte auslösten und es erlaubten, im Vorleistungsbereich ertragreiche Ansiedlungen zu tätigen. Diese Großstrukturen, beispielsweise im Fahrzeugbau, sind bis heute aber allesamt verlängerte Werkbänke, also Einrichtungen ohne eigene übergreifende Führungsfunktionen und fast immer ohne eigene Forschung und Entwicklung. Da diese Headquarterfunktionen etwa ein Drittel der Unter-

nehmenswertschöpfung ausmachen und diese bei den verlängerten Werkbänken weitgehend fehlen, führt das im Durchschnitt der Gesamtwirtschaft zu einem Verlust von rund 20% der regionalen Wirtschaftskraft.

Neben den vertikalen Clustern existieren auch horizontale Cluster, die auf gemeinsamen Ressourcen in Bezug auf Technologie und Humankapital aufbauen. Sie beruhen auf regional verorteten technologischen Kompetenzen mit breiter Anwendungsbasis und prägen inzwischen – nach durchaus längerer Anlaufphase – die wirtschaftliche Dynamik in Mitteldeutschland, beispielsweise im Chemiedreieck, in Chemnitz oder Jena. Der Umbau der Wirtschaft ist besonders dort geglückt, wo das regional gebundene innovative und industrielle Erbe aus der Zeit der Industrialisierung, das von der DDR an vielen Stellen weitergetragen wurde, nun zu neuer Blüte geführt werden konnte.

Schließlich gibt es bedeutende Non-Cluster-Industrien, beispielsweise Papier-, Zellstoff oder, Laminatbodenhersteller, die mit hoher Kapitalintensität oft an peripheren Standorten die Wirtschaft prägen. Insgesamt ist aber der industrielle Mix im Vergleich zum Westen stark vorleistungsorientiert, weniger in Endkundenmärkten – ob für Konsum- oder Investitionsgüter – tätig. Damit entfallen auch wichtige Innovationsimpulse von der Marktseite.

Innovationsysteme und Innovationskanäle

Industrielle Forschung und Entwicklung (FuE) – meist auf den Wettbewerbsmarkt der Produkte zielend – ist in erheblichem Maße an den Standort der Führungszentralen gekoppelt. Damit ist in den neuen Ländern eine Wirtschaftsförderung, die das Ausreichen von Investitionshilfen an wirtschaftsstarke Großbetriebe an das Vorhandensein entsprechender FuE-



Lothar Velde, Standardkessel Köthen, kaufte als 1. Sachsen-Anhalter, noch vor Rotkäppchen, seine Mutterfirma im westlichen Duisburg auf.



Der Kölner Wilfried Pergande baute in Weißandt-Gözlau die innovative Pergande-Group als einen der Marktführer bei der Entstaubungstechnik auf.



Foto: www.henkel.com

Asia-Headquarter von Henkel in Shanghai. 80% der 48.000 Mitarbeiter des 1876 gegründeten DAX-Konzerns sind außerhalb Deutschlands tätig.

Kapazitäten zu bindet, durchaus sinnvoll. Mittelständische Unternehmen sind oft nicht in der Lage, eine eigene FuE breit aufzubauen, und dann auf die Ergänzung durch öffentliche Förderinstitutionen angewiesen. Vor allem die Fraunhofer-Institute stellen für viele horizontale Cluster eine zentrale Quelle der Innovation dar.

Man sieht in der Abbildung auf Seite 40 die erhebliche Differenzierung zwischen West- und Ostdeutschland. Im Osten kompensiert die öffentliche Hand in strategischen Bereichen diese Defizite, aber einzelne Regionen knüpfen sehr viel erfolgreicher als andere in ihrer industriellen Forschung an dieses Angebot an. Die erhebliche Differenzierung findet sich auch im Westen und verdeutlicht auch die Relevanz der benannten standörtlichen Traditionen.

Unternehmensnachfolge und andere Bedrohungen

Die neuen Länder besitzen nur vier HDAX-Unternehmen: Jenoptik und Zeiss-Jena-Medizintechnik in Thüringen, die Nordex in Mecklenburg-Vorpommern sowie Q-Cells in Sachsen-Anhalt. Die übrigen größeren Betriebseinheiten

sind verlängerte Werkbänke. Für die mittelgroßen Unternehmen, vor allem wenn sie inhabergeführt werden und als Publikums-gesellschaften organisiert sind, droht die Gefahr, dass sie bei Vorhandensein eines hohen technologischen Potentials national oder international übernommen werden, um erforderliche Innovationspotentiale zu arrondieren.

Der Ausverkauf von „Perlen der technologischen Entwicklung“, die sich aus dem Mittelstand heraus entwickelt haben, ist deshalb attraktiv, weil Kapital zum Unternehmenskauf vergleichsweise billig ist, einen Betrieb mit neuer Technologie aufzubauen und die Beschäftigung (bei Fachkräftemangel) zu organisieren hingegen sehr aufwendig. Vor 40 Jahren war das noch umgekehrt, da war es günstig, einen neuen Unternehmensteil aufzubauen, und schwierig, Kernkompetenzen extern zu kaufen. Dies bedroht die Nachhaltigkeit und die Fähigkeit zur selbsttragenden Entwicklung in den neuen Ländern. Insbesondere durch ungeklärte Unternehmensnachfolgen entsteht ein relevanter Angebotsdruck. Dieser kann jedoch als Chance für externes Wachstum begriffen werden

Ein wesentliches Problem kleinerer Unternehmen ist, dass sie in einer sehr eigenen Art von qualifizierten Mitarbeitern abhängig sind. Die Unternehmensleistung atmet mit deren Kompetenzen und Arbeitseinsatz, umgekehrt ist auch für den einzelnen Mitarbeiter sein Beitrag zum Unternehmenserfolg deutlich fühlbar. Zunächst erscheint das für die Motivationslage als ausgesprochen positiv, diese Abhängigkeit kann für den Mitarbeiter aber auch belastend werden, zumal größere Unternehmen meist besser entlohnen und der Abhängigkeitsdruck geringer ist. Damit entsteht ein Abwanderungssog von größeren Betriebseinheiten – im Extremfall ergibt sich eine Kaskade von der Klein- zur Großindustrie.

Verlässt ein so zu hohen Kompetenzen entwickelter Mitarbeiter das kleine Unternehmen, dann beginnt dieser Kampf um Qualifizierte am unteren Ende erneut mit Ausschreibung, Auswahl, Einstellung, Einbau in das Technologiesystem des Kleinunternehmens – bis zum erneuten Verlust: Entkommt man dieser Durchlaufröhrenposition nicht, kann man nicht wachsen – wächst man, kann man diese Schwierigkeit beherrschen. Diese Herausforderung ist wohl nur zu schultern durch eine Änderung des Führungssystems, da mit zunehmender Größe des Unternehmens das Delegieren von Aufgaben und die strategische Ausrichtung dominierende Aufgaben werden. Der Unternehmer muss den Übergang von Leistungsmotivation zu Machtmotivation schaffen – und häufig scheitern Unternehmen an diesen Wachstumskrisen.

Im Kontext des in Ostdeutschland bereits heute sehr deutlichen Bevölkerungsrückgangs werden zunehmend sichtbare Unternehmen benötigt, die durch ihre Attraktivität die Qualifizierten anziehen und damit auch die Siedlungsstruktur – vor allem die größeren Städte – stabilisieren. Denn eine wichtige historische Erfahrung lautet, dass wohlhabende Regionen immer einen Überschuss an Hochqualifizierten besaßen – entweder durch eigene Geburtenlei-

stung oder durch Zuwanderung. Will man also dem Auszehrten des Humankapitals begegnen, dann wird das nur durch eine Symbiose von attraktiven Unternehmen und einer guten Bildungsinfrastruktur gehen.

Wachstumsstrategie und öffentliche Förderung

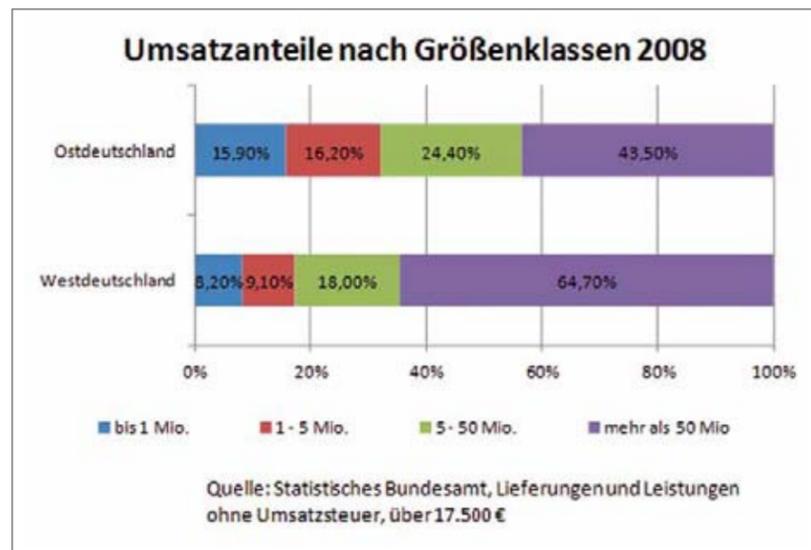
Eine Strategie des externen Wachstums, also der mittelständischen Unternehmensübernahmen, erscheint als Ergänzung zwingend, will man neue Wachstumsimpulse in der mitteldeutschen Wirtschaft setzen. Deutlich wird die Gefährdung der vertikalen Leuchttürme, wenn sie – wie vor wenigen Jahren die Massenspeicherchips und nun die Solar-module – infolge weitgehender Standardisierung unter Druck geraten.

Betrachtet man die Entwicklung der deutschen Wirtschaft in den letzten 100 Jahren, so wird sehr deutlich, dass Wirtschaftskrisen immer zum massiven Branchenkonsolidierungen geführt haben und dass – bis auf die Pkw-Industrie, Weiße Ware und Ernährungsindustrie – deutsche Unternehmen vor allem als Investitionsgüteranbieter positioniert haben, also Rückwärtsintegration zugleich genutzt haben, hart umkämpfte Konsumgütermärkte aufzugeben zugunsten dem meist extrem technologiehaltigen Herstellung von Anlagen. Eine derartige Strategie erscheint auch für die mitteldeutsche Wirtschaft sinnvoll und wird an vielen Stellen bereits begangen. Vorhandene Marktimpulse könnten durch

intelligente Förderung verstärkt werden. Weit mehr als nur an einzelbetriebliche Hilfen ist an die Verbesserung der steuerlichen Rahmenbedingungen zu denken. Schließlich ist die Unterstützung der Kapitalgeber einzufordern, die eine solche Entwicklung dann begleiten können, wenn eine derartige Wachstums-

strategie das Unternehmen robuster macht, das Rating also verbessert: durch Sicherung der Lieferketten, Synergien im Vertrieb, einer besseren Fähigkeit der Technologienutzung und schließlich einer besseren Aufstellung in der globalen Konkurrenz. ■

Prof. Ulrich Blum



Über den Autor



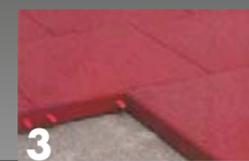
- Prof. Ulrich Blum ist Professor für Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik
- Bis 2011 war er Präsident der Instituts für Wirtschaftsforschung (IWH) in Halle (Saale)
- Seit 2004 leitet er den Lehrstuhl für Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung an der Universität Halle-Wittenberg



1 Sportgeräte



2 Stadtmobiliar



3 Bodensysteme



4 Federspielgeräte



Preisträger 2010 „Großer Preis des Mittelstandes“



Know-how

espas-Spielgeräte und Stadtmobiliar sind praxisorientierte Lösungen für alle urbanen Räume – vom groß angelegten Spielareal bis hin zu sinnvollen Lösungen für kleine Flächen. Leichte Montage und wartungsarme Produkte kennzeichnen die espas-Produktphilosophie.

- **Service** wird bei uns groß geschrieben
- hochwertige **Qualität**
- **Attraktive Preise**
- unternehmenseigener **Fuhrpark**

Persönliche Ansprechpartner

Sie erreichen Ihren persönlichen Ansprechpartner von montags bis freitags von 08:00 bis 17:00 Uhr telefonisch und 24 Stunden täglich unter info@espas.de

Willkommen in der Welt von espas



5 Klettern, Sport & Balancieren



6 Zubehör

Visionär mit Respekt und Herz

Mit 51 gründete der Schwede Gunnar Grosse im „Wilden Osten“ einen der führenden europäischen Dienstleister der Informations- und Kommunikations-technologiebranche.



Dr. Gunnar Grosse: „Ich bin der Meinung, dass Familie und Beruf eine Einheit bilden“

Dr. **Gunnar Grosse**, Firmengründer und Mehrheitseigner der KOMSA Kommunikation Sachsen AG feiert vor wenigen Tagen seinen 73. Geburtstag. 1992 mit einer Handvoll Mitarbeitern im sächsischen Hartmannsdorf an den Start gegangen, schrieben Gunnar Grosse und KOMSA in 20 Jahren eine einzigartige Erfolgsstory in der Telekommunikationsbranche.

Zuversicht und Mut

Die besten Zeiten schienen 1990 in der 4.000-Seelen-Gemeinde nördlich von Chemnitz endgültig vorbei zu sein. In der Nachwendezeit brach die traditionelle Textilmaschinenindustrie fast völlig zusammen. 2.000 Arbeitsplätze gingen in kurzer Zeit verloren. Mit Grosse kamen neue Zuversicht und Mut. Sein schwedischer Akzent verrät noch heute, dass der Sohn deutscher Eltern in Stockholm aufwuchs. Er studierte Ingenieurwissenschaften und war in Führungssetagen großer skandinavischer Firmen tätig.

In einem Alter, wo andere den Ruhestand herbeisehnen, wagte er den privaten und geschäftlichen Neustart. Er wanderte aus Schweden aus und suchte

in Hartmannsdorf nach dem Bauernhof seiner Großeltern. 1992 wurde KOMSA als erste Firma eines Ausländers im Handelsregister Sachsen registriert. „Nach der Wende wurden am meisten Telefone gesucht. Alle wollten anrufen, aber kaum einer konnte.“

Dem wollte Grosse abhelfen. Mit sieben Mitarbeitern startete er im Bauernhof, der 2003 zur Betriebskindertagesstätte „Weltenbaum“ umgebaut wurde. Noch im Gründungsjahr wurde zwar im damaligen D2-Netz das erste kommer-

zielle Telefonat per Handy im digitalen Mobilfunk geführt. Doch das Urmodell Ericsson GH197 hatte einen Stückpreis von 3.995 DM! Das Geschäft lief nur schleppend an. Die Riesenportion Erfahrung mit der sozialen schwedischen Marktwirtschaft nutzte wenig: Grosse erhielt in der sächsischen Provinz nicht mal einen regulären Telefonanschluss für die Firma. Und wer nicht telefonieren konnte, für den waren auch Liefertermine und Bezahlung häufig Glücksache. Mit Bartergeschäften - Ware gegen Ware - hielt sich Grosse daher manchmal über Wasser.

Führender Dienstleister

Doch Gunnar Grosse ist eine Unternehmerpersönlichkeit wie sie im Buche steht. Dass in seiner Branche im Jahrestakt radikale Technikinnovationen komplette Geschäftsmodelle in den Papierkorb beförderten, forderten seinen Ehrgeiz und Weitblick heraus. Und die Bodenständigkeit der Sachsen, das gefiel ihm. Damit ließ sich arbeiten.

Heute, im Jahr des 20. Firmenjubiläums ist KOMSA einer der führenden Dienstleister der Informations- und Kommunikationstechnologiebranche (IKT) in Europa und steht stabil auf drei Standbeinen: Als Großhändler für IT- und Telekommunikationsprodukte bezieht KOMSA Produkte aller bekannten Hersteller (z.B. Samsung, Sony, Apple, HTC, Huawei, u.a.) und Netzbetreiber (T-Mobile, Vodafone, E-Plus, o2) und vertreibt

„Ein Konzept kann noch so gut sein - es wird nur funktionieren, wenn Menschen, die es umsetzen wollen, dies mit ganzem Herzen und klarem Verstand tun. Es ist wie in einem Orchester: Komponist, Dirigent und Instrumente allein richten nichts aus - ein Kunstwerk entsteht erst, wenn alle Mitwirkenden ihre Kraft und ihr Können einsetzen und dem Ganzen Leben einhauchen. Diese Erkenntnis ist die Grundlage für unseren Erfolg: Flache Hierarchien, viel Verantwortung beim Einzelnen und Rahmenbedingungen, die den Bedürfnissen der Menschen entsprechen, schaffen ein Klima, das zu Höchstleistungen animiert.“

Dr.-Ing. E.h. Gunnar Grosse

diese an über 10.000 Wiederverkäufer in Fachhandelsgeschäften, Großmärkten, Online- und Versandhäusern, Systemhäusern, Autohäusern, u.a.

Als Dienstleister übernimmt KOMSA für Händler und Industriepartner Aufgaben im Bereich Marketing, Sales, Logistik, Contact-Center und Reparatur. So können sich die Partner auf ihr Kerngeschäft konzentrieren. Und zudem führt KOMSA das zweitgrößte Reparaturcenter für Mobiltelefone in Deutschland. Monatlich werden hier über 100.000 Handys aller bekannten Hersteller wie LG, Motorola, Nokia, Samsung und Sony Ericsson instand gesetzt.

„Keinen Wasserkopf“

Im Unternehmen selbst setzt er auf flache Hierarchien. „Ich mag keinen Wasserkopf. Wir haben auf die mittlere Leitungsebene verzichtet. So müssen die Mitarbeiter intensiver mitdenken und Verantwortung übernehmen.“

„Bei uns im Unternehmen sprechen sich alle mit Du an. Gunnar Grosse hat skandinavische Unternehmenskultur mitgebracht, die für Deutschland ungewöhnlich ist, die aber ein positives und effektives Arbeitsklima schafft. Kaum einer, der hier einen Job gefunden hat, will wieder weg“, erklärt KOMSA-Sprecherin **Katja Förster**.

Der Ausgezeichnete

Für sein Engagement wurde Gunnar Grosse 1999 als Preisträger und 2004 als „Premier-Finalist“ im Wettbewerb „Großer Preis des Mittelstandes“ ausgezeichnet. Damals beschäftigte KOMSA rund 250 Mitarbeiter bei zehn Prozent Ausbildungsquote. Heute, im Jahre 2012, gehören zur KOMSA Kommunikation Sachsen AG zehn Tochterunternehmen mit mehr als 1.300 Mitarbeiter, die gemeinsam 720 Millionen Euro Umsatz erwirtschaften und weiter auf Wachstumskurs sind. 2006 ernannte ihn Bundesfamilienministerin **Ursula von der Leyen** (CDU) zum sächsischen Botschafter für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Grosse sieht soziales Engagement im Unternehmen und in der Region als Zukunftsbasis,



um die besten Fachleute in Sachsen zu halten. Und wer will sonst schon aus München oder Berlin schon nach Hartmannsdorf kommen? Und warum sollten junge Leute sonst dort bleiben?

Jeder trägt Verantwortung

Bei KOMSA arbeiten seit Anfang an sehr viele junge Leute und besonders viele Frauen. „Ich halte viel von der besonderen weiblichen Intelligenz. Frauen können zum Beispiel sehr gut organisieren“, meint Gunnar Grosse „Die Menschen machen den entscheidenden Unterschied, ob ein Unternehmen im Mittelmaß versinkt oder ob es zu Spitzenleistungen im Stande ist. Die Kunden können sich auf das Unternehmen verlassen, weil jeder Verantwortung trägt.“

Dafür gilt es Rahmenbedingungen zu schaffen. Ich bin der Meinung, dass Familie und Beruf eine Einheit bilden. Man kann sich besser auf die Arbeit konzentrieren, wenn man weiß, dass die Kinder gut betreut sind.“ Gunnar Grosse hat noch viel vor. Mit seinen Ideen und Visionen sorgt er auch künftig dafür, dass sich KOMSA als innovatives Unternehmen weiterentwickelt. Seine Erfahrungen in der Unternehmensfüh-

rung teilt er auch außerhalb der KOMSA Kommunikation Sachsen AG jungen Leuten mit. 2007 erfolgte die Verleihung der Ehrenpromotion der TU Chemnitz/Fakultät für Informatik. Auch als Kurator des Industrievereins Sachsen und Ehrenmitglied der Schwedischen Handelskammer in Deutschland ist er gefragter Partner. Und natürlich hat er auch privat viele Pläne: unter anderem will er sich intensiver um seine Großkäfer-Sammlung und seine Antiquitäten kümmern. ■

Die 9 Säulen des KOMSA-Erfolgs:

- Team is money®
- Jeder Mensch der zu KOMSA kommt, ist ein Stück Zukunft
- Im Einklang mit der Natur
- Flexibilität durch eigenentwickelte, dynamische Systeme
- Flache Hierarchien als Schlüssel
- Vor jeder Entwicklung steht ein Mensch
- Leben = f(Arbeit, Familie, Freizeit, Gesundheit)
- Wir glauben an den Menschen
- Die Erdachse geht durch den Kunden

Mit „Soft“ alleine geht es nicht

Veränderungsmanagement im Mittelstand: eine Untersuchung kritischer Erfolgsfaktoren

Veränderungsmanagement („Change Management“) ist heutzutage allgegenwärtig in Unternehmen, da sich Organisationen fortwährend wandeln und anpassen müssen, um am Markt bestehen zu können. Dies betrifft nicht nur Großkonzerne sondern im Speziellen auch mittelständische Unternehmen. Die Fähigkeit Veränderungsinitiativen effektiv zu führen, ist Voraussetzung für den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens. Veränderungsprojekte bergen jedoch eine Vielzahl von Herausforderungen. Studien zeigen auf, dass die meisten Veränderungsinitiativen die gesetzten Ziele im Hinblick auf Inhalt, Budget und Zeit verfehlen. Trotz der Tatsache, dass mittelständische Unternehmen das Rückgrat der deut-

schen Wirtschaft bilden, liegen bisher nur wenige Forschungsergebnisse in Bezug auf Veränderungsmanagement innerhalb dieser Unternehmen vor.

Bedeutung unabhängig von Branche

Das Untersuchungsprojekt entstand im Rahmen einer Master-Thesis an der Hochschule Heilbronn in Kooperation mit der Oskar-Patzelt-Stiftung. Hierfür wurden 1.219 mittelständische Unternehmen aus der gesamten Bundesrepublik gebeten an einer Online-Befragung teilzunehmen. Die Teilnehmer der Studie waren allesamt Unternehmen, die für den „Großen Preis des Mittelstandes“ 2011 nominiert waren oder bereits in früheren Jahren mit einem Preis ausgezeichnet wurden. Die Daten wurden im

Sommer 2011 erhoben und 416 Befragte, vornehmlich aus der obersten Führungsebene der Unternehmen, nahmen an der Studie teil. Die Rücklaufquote von 34% liegt damit deutlich über denen anderer empirischer Studien von 10% bis 20%.

Der Großteil der Unternehmen (91%) gab in der Studie an, Erfahrungen mit umfassenden und tiefgreifenden Veränderungsprojekten in den vergangenen fünf Jahren gemacht zu haben. Dieses Resultat ist vergleichbar mit den Ergebnissen anderer Studien und lässt darauf schließen, dass Veränderungsmanagement auch für mittelständische Unternehmen von hoher und andauernder Bedeutung ist.

Nur 12 Prozent erreichen alle Ziele

Trotz der Tatsache, dass die Mehrzahl der Unternehmen über Erfahrungen im Umgang mit Veränderungsprojekten verfügt, stoßen die meisten dieser Initiativen bei der Umsetzung auf Probleme. Verdeutlichen lässt sich dies an den drei Zieldimensionen Inhalt, Budget und Zeit. Bei den befragten Unternehmen zeigte sich, dass die inhaltlichen Ziele mit 47% am häufigsten erreicht werden, aber damit letztlich auch nur bei jedem zweiten Unternehmen. Jeweils nur zu ungefähr einem Drittel werden die zeitlichen Ziele (32%) und die Budget Ziele (35%) eingehalten. Bemerkenswert ist: Nur 12% aller Veränderungsinitiativen erreichen alle drei Ziele. Somit wurde bei 88% der Projekte mindestens eines der Ziele verfehlt. Im schlimmsten Fall, und dies war bei 34% das Resultat, wurde sogar keines der drei Ziele erreicht.

Dies verdeutlicht, dass offensichtlich noch erhebliches Verbesserungspotenzial im Bereich des Veränderungsmanagement auch für mittelständische Unternehmen besteht.

Mischung aus harten und weichen Faktoren

Im Gegensatz zu anderen Studien im Bereich des Veränderungsmanagements identifizierten diese Teilnehmer eine Mischung aus harten und weichen Faktoren als ausschlaggebend für den Erfolg

einer Veränderungsinitiative. Faktoren wie „Unterstützung und Commitment durch das Management“, „Mitarbeiterbindung“ und „Kommunikation“, die üblicherweise als am wichtigsten erachtet werden, sind auch für mittelständische Unternehmen von hoher Bedeutung, stehen aber nicht an der Spitze. Eine denkbare Erklärung hierfür ist die spezifische Struktur mittelständischer Unternehmen. Im Vergleich zu Großunternehmen besitzen mittelständische Unternehmen oftmals (noch) nicht über die flankierenden organisatorischen Prozesse, die das Veränderungsmanagement erleichtern. Andererseits liegen ihre Vorteile in der stärkeren Identifikation der Führungskräfte und der größeren Nähe zu den Mitarbeitern.

Keine Patentlösung

Für den Erfolg von Veränderungsprojekten gibt es keine Patentlösung. Die Ergebnisse der Studie zeigen die Faktoren aus der Sicht erfolgreicher Unternehmen. Sie können damit als Ausgangspunkt bei eigenen Verände-

rungsprojekten dienen, um die eigene Position realitätsnah einzuschätzen und die Erfolgsquote der Umsetzung zu erhöhen. ■

Prof. Dr. Roland Alter und
Tim Fritzenschaft

Über die Autoren

- Prof. Dr. Roland Alter (links) hat die Professur für Organisation und Allgemeine Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Heilbronn inne und leitet den Masterstudiengang in Unternehmensführung
- Er ist Mitglied im wissenschaftlichen Beirat der Oskar-Patzelt-Stiftung
- Tim Fritzenschaft (rechts) ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Hochschule Heilbronn im Studiengang Betriebswirtschaft und Unternehmensführung
- Er hat an der Hochschule Heilbronn (B.A. und M.A.) und an der University of West London (M.Sc.) studiert.



Unabhängiges und beratendes Ingenieurbüro
Bundesweit und international tätig
Verlässlicher Partner für optimale Qualität und wirtschaftliche Lösungen



Die Komplettlösung für Ihr Bauvorhaben

- Tragwerksplanung für Hallen, Kraftwerke, Gebäude, Gerüste, Industrieanlagen
- Detaillösungen und individuelle Bearbeitung im Stahl und Massivbau
- Dach und Fassadenplanung aller Art
- Erstellung von Architektur und Visualisierung
- Fachgerechte und zeitnahe Umsetzung Ihrer individuellen Vorstellungen
- Vor- und Entwurfsplanung, Genehmigungsplanung, Ausführungsplanung
- Projektsteuerung

IPK
IT

Industriebau • Stahlbau • Verbundbau • Massivbau • Gewerbebau

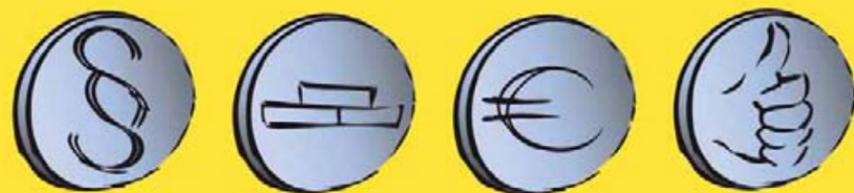
IPK Ingenieurbüro für Bauplanung
Kantstraße 2 | 04275 Leipzig
Tel.: 0341/3936600
EMail: info@ipk-leipzig.de
www.ipk-leipzig.de



Veränderung kommt vor Erfolg: Dr. Claus Butze, ehemals Betriebsleiter für 6.000 Mitarbeiter, gründete 1990 „in der Garage“. Heute führt er einen Fachgroßhandel für Reinigungs- und Hygienebedarf, hat einen Dreiseithof zum Hotel ausgebaut und ein überregionales Schulungszentrum aufgebaut.

Mehr Begeisterung, bitte!

Liefere Sie mehr als 100 Prozent: etwas, mit dem Ihre Kunden nicht rechnen. Oder etwas, das die Konkurrenz nicht hat.



(Caricatur: Dustin Schenk)

100 Prozent sind nichts Besonderes! Ja, Sie haben richtig gelesen. Wer 100 Prozent bringt, es also in Sachen Qualität, Termintreue und Zuverlässigkeit an nichts fehlen lässt, leistet lediglich Standard.

Basisfunktionen, wenn Sie so wollen, die Ihre Konkurrenz ebenso im Programm hat. Etwas Besonderes ist das jedoch nicht. Dafür zahlen Ihre Kunden schließlich gutes Geld.

Kleine Investition, große Wirkung

Der Punkt ist: Wenn ein Kunde Top-Qualität zum vereinbarten Termin bekommt, ist er lediglich zufrieden – aber mehr auch nicht. Begeisterung geht anders. Da müssen Sie schon ein bisschen mehr tun als lediglich das, was von Ihnen erwartet wurde. Liefere Sie mehr als 100 Prozent.

Etwas, womit Ihre Kunden nicht rechnen. Etwas, das die Konkurrenz nicht

hat. Die gesamte Leistung, die Sie bringen, soll zu einem Erlebnis für den Kunden werden – und zu einem Wow-Effekt führen. Das kann ein spezieller Service oder auch ein Geschenk sein.

Sie alle erinnern sich bestimmt an Ihre Kinderzeit: Wenn Ihre Mutter Sie mit zum Einkaufen genommen hat, gab es da nicht einen ganz bestimmten Metzgerladen, in dem Sie immer eine leckere Scheibe Wurst auf die Hand bekommen haben?

Sie fühlten sich beachtet, Ihre Mutter konnte noch ein Schwätzchen halten, und alle waren glücklich – inklusive Metzger, denn schließlich sorgten Sie dafür, dass Ihre Mutter beim nächsten Einkauf wieder zu genau diesem Metzger ging, der eine Extrawurst für Sie hatte.

Und Sie waren nicht allein – alle Kinder in der Nachbarschaft lotsten ihre Mütter dorthin. Für die Metzgerei hieß das also: kleine Investition mit großer Wirkung.

Raus aus der Vergleichbarkeit!

Und so schaffen Sie es, aus der Vergleichbarkeit herauszukommen und mehr zu bringen, als Ihre Kunden erwarten: Überlegen Sie, welche kleinen Geschenke oder Gutscheine anderer Unternehmen zu Ihren Produkten oder Dienstleistungen passen. Welchen Zusatznutzen können Sie anbieten?

Ist ein 24-Stunden-Service an 365 Tagen im Jahr sinnvoll? Ist ein Tag der offenen Tür mit besonderen Aktionen eine gute Idee? Gewinnspiele mit attraktiven Preisen? Es müssen keine spektakulären Events sein, mit denen Sie Ihre Kunden zu begeisterten Stammkunden machen.

Oft reichen kleine Gesten, die gar nicht teuer sind: Ein Handwerksbetrieb bringt dem ersten Kunden morgens frische Brötchen mit. Beim Friseur haben Kunden kostenlosen Internetzugang, um sich die Wartezeit zu verkürzen. Die Autowerkstatt macht nicht nur eine Inspektion, sondern schenkt dem Besitzer auch noch einen Gutschein für eine Autowäsche.

Reden Sie mit Ihren Kunden!

Vergessen Sie eines nicht: Wenn Sie sich nicht intensiv um Ihre Kunden kümmern und sie begeistern, tun es Ihre Mitbewerber.

Das Unternehmen hängt von den Kunden ab, nicht umgekehrt – auch wenn sich viele Unternehmen so aufzuführen, als sei es genau anders herum. Deshalb: Sprechen Sie mit Ihren Kunden! Reden Sie vor allem mit denen, die reklamiert haben, die Verträge gekündigt haben.

Erforschen Sie, was in der Vergangenheit versäumt wurde und wo vielleicht nachgebessert werden kann. So ersetzen Sie negative Erlebnisse durch positive und Ihre (Ex-)Kunden lernen Sie als integre Person zw. Unternehmen

kennen. Hören Sie auch genau hin, ob sich die Reklamationen der Kunden auf Produkt- oder Servicemängel beziehen oder vielleicht sogar darauf, dass sie sich von Ihren Mitarbeitern gleichgültig behandelt gefühlt haben.

Zeigen Sie Verantwortungsbewusstsein und geben die Fehler zu und vor allem bieten Sie Lösungen an. Überraschen Sie Ihre Gesprächspartner angenehm. Begeistern Sie sie. Ihre Kunden werden es Ihnen danken, indem sie zurückkommen. Immer wieder. ■

Matthias Krieger

Eine weitere Botschaft in der Mai-Ausgabe des P.T. Magazins



Buchtipps

Wie werden Visionen und Träume Wirklichkeit, wie erkennt und ergreift man seine Chancen? Aus welchen Zutaten besteht ein nachhaltig wirkendes Erfolgsrezept? Erfolg ist kein Zufall – Erfolg ist planbar. Denn zu jedem Ziel gibt es Wege. Man muss nur wollen.

- Matthias Krieger ist Unternehmer und wurde als „Bester Arbeitgeber Deutschlands 2011“ ausgezeichnet
- Das Buch: „Die Lösung bist DU. Was uns wirklich voranbringt“
- BusinessVillage 2011
- ISBN 978-3-86980-081-3
- 160 Seiten

7 Schritte zum Erfolg

Botschaft 1: Nutze Deine Charaktereigenschaften!

Stärken wie Leidenschaft, Optimismus, Belastbarkeit, Mut und Ausdauer sind die Schlüssel, das gesteckte Ziel zu erreichen.

Botschaft 3: Sei offen für Neues!

Lebenslanges Lernen ist bedeutend für stetige Veränderung. Neue Wege sind nur in Verbindung mit Versuch und Irrtum gehbar.

Botschaft 5: Begeistere Deine Kunden!

Erfülle nicht nur die Erwartungen, übertreffe Sie. Versetze Dich in Deine Kunden und verblüffe sie mit Selbstverständlichem.

Botschaft 7: Jeder kann Erfolg haben!

Erfolg ist mehr, als die Summe seiner Teile. Jede einzelne Botschaft muss umgesetzt und weiterentwickelt werden.

Botschaft 2: Gestalte Ziele als Wegweiser!

Jeder Erfolg braucht eine Vision, eine Straßenkarte als Rahmen. Durch geschickte Fragestellung ziehen alle Mitarbeiter an einem Strang.

Botschaft 4: Begeistere Dein Team!

Teambuilding und das daraus entstehende „Wir-Gefühl“ sind essentiell für das Erreichen der gesetzten Ziele.

Botschaft 6: Lebe und handle werteorientiert!

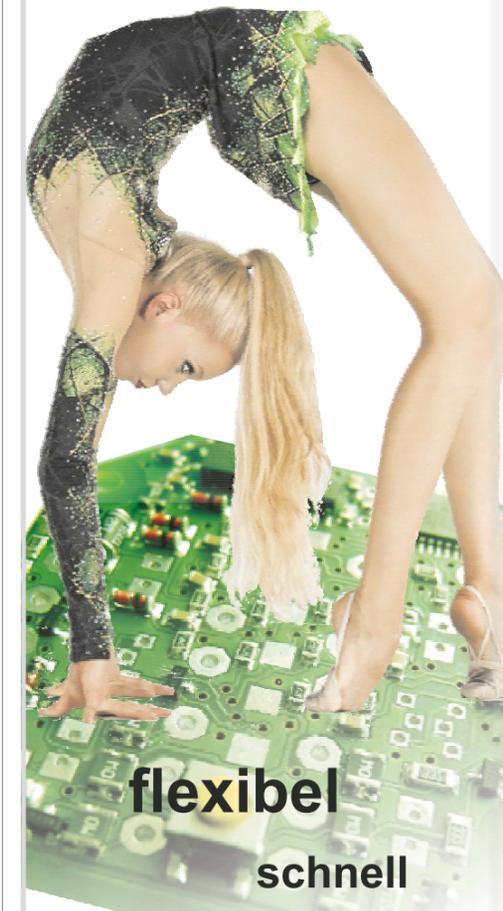
Ethik und Moral sollten die gesunde Basis jeder (Geschäfts-) Beziehung sein. Gewinn, Erfolg und Tugenden müssen vereinbar sein.

Matthias Krieger:
Die Lösung bist DU



(Foto: Krieger + Schramm GmbH & Co. KG)

FLEXIBILITÄT muss man können!



flexibel
schnell
innovativ
leistungsstark

**Ihr Systemdienstleister
für die Elektronikfertigung**

hochmoderne THT- & SMD-Bestückung



RUNDFUNK GERNRODE

RG Elektrotechnologie GmbH
Gernrode
Quedlinburger Straße 17
06485 Quedlinburg
Telefon: +49 (0) 39 48 5 / 5 80-0
E-Mail: info@rundfunk-gernde.de
Internet: www.rundfunk-gernde.de

Preisträger 2011 "Großer Preis des Mittelstandes"

Limbisches Marketing

So erreichen Sie die Emotionen Ihrer Kunden auf allen Kanälen



(Bild: Artem Chernyshevych/fsc.hu)

wollen, sollten Sie sich zunächst mit den Grundlagen vertraut machen:

Teil 1 – Die Gruppen

Menschen lassen sich nach ihren emotionalen Vorlieben in bestimmte Gruppen einteilen. Zweckmäßig ist es hierbei, von vier verschiedenen Gruppen auszugehen.

Entdecker. Diese Menschen sind innovativ, immer auf der Suche nach Neuem und oft etwas chaotisch.

Verfolger. Sie stehen unter Dampf, setzen sich viele hohe Ziele und wollen diese möglichst schnell erreichen.

Kontrollierer. Ihre Vorgehensweise ist analytisch und faktenorientiert. Sie schätzen das Logische, mögen keine Überraschungen.

Bewahrer. Ihnen ist das Menschliche sehr wichtig: Freunde, Familie, Harmonie und Geselligkeit. Sie legen viel Wert auf Fürsorge, Bindung und Loyalität. Die wenigsten Menschen können exakt einer Gruppe zugeordnet werden. Häufig verfügen sie über Eigenschaften aus zwei oder drei Gruppen. In den meisten Fällen ist jedoch ein Gruppentyp vorherrschend.

Teil 2 – Farbe, Formen, Sprache

Jede dieser Gruppen reagiert unterschiedlich auf Farben, Formen und Sprache.

- Entdecker reflektieren auf Worte wie „einmalig“, „Trend“ oder „als Erster“.
- Verfolger schätzen Komperative wie „schneller“, „ertragreicher“ und Superlative wie „Der Beste“.
- Kontrollierer hören bei Worten wie „Sicherheit“, „Zertifikat“ und „erprobt“ zu.
- Bewahrer reagieren auf „das Gemeinsame“, „Vorteile für die Familie“ oder „Ihre Lieben“.

Buchtip

- Christian Kalkbrenner, Ralf Lagerbauer
- „Der Bambus-Code – Schneller wachsen als die Konkurrenz“
- Göttingen 2008, (ISBN: 978-3-938358-75-7), Preis: 21,80 Euro.



weit überdurchschnittlich	Bereich 2		Bereich 3	
überdurchschnittlich			Bereich 1	
unterdurchschnittlich				
weit unterdurchschnittlich				
finanzielle Situation Zielgruppe	Entdecker	Verfolger	Kontrollierer	Bewahrer

Wissen Sie, wie Ihre Zielgruppe tickt?

Bezogen auf die klassischen Felder des Marketings (Produkt, Preis, Distribution, Werbung) können Sie genauer auf diese Zielgruppen eingehen, wenn Sie das Wissen um die Emotionen einsetzen. Sei es im Produktsortiment, im Design, im Kundenbindungssystem, im Vertriebskanal oder in der Werbekommunikation. Diese Vorgehensweise wird als „Limbisches Marketing“ bezeichnet.

Die Grundsatzfragen lauten:

1. Welche Emotionen treiben Ihre Kunden an?
2. Kann Ihr Unternehmen diese Emotionen besser bedienen als Ihr Wettbewerber?
3. Wollen Sie alle Gruppen bedienen oder sich auf eine oder zwei konzentrieren?

Mit Hilfe des Limbischen Marketings wird das Erreichen der Zielgruppe differenzierter, wie das folgende Beispiel verdeutlicht: Stellen Sie sich ein einfaches Modell mit den vier Gruppen vor und nehmen Sie an, dass innerhalb der Gruppen unterschiedliche finanzielle Möglichkeiten gegeben sind. Daraus entsteht folgende Matrix. Wenn Sie diese Matrix nun auf

Ihre eigenen Kunden anwenden, werden sie feststellen, dass Sie bereits heute einen Schwerpunktmarkt bedienen (z.B. Bereich 1). Gleichzeitig sehen Sie, welche lukrativen Bereiche Sie möglicherweise zu wenig abdecken (z.B. Bereich 2 und 3). Um aus den nicht abgedeckten Bereichen neue Kunden zu gewinnen, müssen Sie diese nicht nur anders ansprechen, um ihre Gefühle zum Klingen zu bringen, vermutlich benötigen Sie auch angepasste Produkte und andere Konditionen:

„Bewahrer“ aus Bereich 3: Dieser freut sich über einen Treuebonus, da ihm wichtig ist, dass seine Loyalität honoriert wird. Er reagiert auf persönliche Angebote positiv. Da er über ausreichend finanzielle Mittel verfügt, zahlt er gerne etwas mehr für diesen Service.

„Entdecker“ aus Bereich 2: Wenn Sie ihm

ein Produkt verschaffen können, das sonst noch keiner hat, wird er darauf warten. Ein Kundenbindungsprogramm mit einem herkömmlichen Jahresbonus wirkt auf ihn wie eine Fußfessel. Wenn Sie daraus aber ein „Trend-Scout-“, „Beta-User-“ oder „Early-Bird-Programm“ machen, kann auch er sich zu einem treuen Kunden entwickeln. Erkennen Sie anhand dieses Beispiels den Unterschied? Bisher wurden nur Bruchteile des Marktes bearbeitet. Mehrheitlich wurden die Kunden angesprochen, die ein ähnliches Verhalten aufweisen wie Sie. Doch mit dem limbischen Marketing können Sie auch die Gefühle anderer Noch-Nichtkunden zum Klingen bringen. Hier sind Ihrer Kreativität als Unternehmer keine Grenzen gesetzt. ■

Christian Kalkbrenner



Über den Autor

- Mit seiner prämierten Strategie „Der Bambus-Code“ hat Christian Kalkbrenner gezeigt, wie Unternehmen „ticken“ und wie Sie ihr Verhalten einsetzen können, um mehr Kunden zu gewinnen.
- Er hat den weltweit ersten „limbisch formatierten Messestand“ entwickelt und ein Instrumentarium geschaffen, mit dem es gelingt, Kunden nach deren Emotionen zu kategorisieren.

Gratis
für P.T.-Magazin-Leser

Ölwechsel für Ihren Körper!

von Reiner Schmid
104 Seiten

Was Sie wirklich über gesunde Speiseöle und Fette wissen müssen.

Das Buch erklärt in spannender und verständlicher Weise die Heilwirkung wertvoller Öle.



Jetzt anrufen

☎ 0 75 29 - 973 730

Quintessence Naturprodukte
GmbH & Co. KG
Wolfegger Str. 6
D-88267 Vogt

PREISTRÄGER
Großer Preis des
MITTELSTANDES
2010

Welche Emotionen treiben Ihre Kunden an und führen zum Kauf? Stimmen Sie Ihr Marketing auf Ihre Kunden ab, indem Sie die Kenntnisse der modernen Gehirnforschung nutzen. Mit diesem Wissen können Sie Ihre Kunden in Gruppen einteilen und gezielt ansprechen: die einen lieben Ausdrücke wie „neueste Trends“, andere ziehen „bewährte Produkte“ vor.

Sehen, hören und fühlen

Die Erkenntnisse der modernen Gehirnforschung belegen, dass unsere Entscheidungen weit mehr aus dem Unbewussten erfolgen, als uns lieb ist. Chemische Cocktails sind die Basis unserer vermeintlich rationalen Handlungen. Und diese Cocktails mischt das Gehirn als Reaktion auf alles, was wir sehen, hören und fühlen. Da ein großer Teil dieser Vorgänge im limbischen Teil des Gehirns angesiedelt ist, hat sich das Adjektiv „limbisch“ in diesem Zusammenhang etabliert.

Seit einigen Jahren wird dieses Wissen in der Werbung von Großunternehmen genutzt, um Kaufentscheidungen zu beeinflussen. Am Mittelstand geht dieses Wissen momentan noch vorbei, obwohl es eine Fülle von Erkenntnissen gibt, die dem Mittelstand unmittelbar nützen, um noch näher am Kunden zu sein. Wenn Sie limbisches Marketing gezielt einsetzen

MATTHIAS KRIEGER
DIPLOM-INGENIEUR

Mit Sicherheit - mehr Freude am Menschen

- EHEM. HOCHLEISTUNGSSPORTLER
- UNTERNEHMER
- STIFTER UND AUTOR

KRIEGER + SCHRAMM
BAUUNTERNEHMUNG

Mit Sicherheit - mehr Freude am Bauen

- KOMPETENT
- SICHER
- BEGEISTERND

DAGMAR + MATTHIAS
KRIEGER STIFTUNG

Mit Sicherheit - mehr Freude am Menschen

- SPORT
- KULTUR
- BILDUNG



Sie möchten einen Vortrag oder eine Lesung mit Matthias Krieger? Interessieren Sie die Projekte der Dagmar + Matthias Krieger Stiftung oder Sie möchten die Stiftung unterstützen? Sie benötigen einen kompetenten Partner im Hochbau? Sprechen Sie uns an! Krieger + Schramm GmbH & Co. KG, Neue Strasse 12, 37351 Dingelstädt - Tel. 03 60 75 / 3 89-0 - Email: info@krieger-schramm.de

Pfändung der Rüruprente möglich

Wie Versichererlügen millionenfach dem Mittelstand schaden

Wirtschaft



(Foto: Wikimedia Commons, 2.0, 3.0, 4.0, 3.0, 4.0)

Blind bis in den Tod: Wenn staatliche Förderungen locken, laufen viele ohne nachzudenken wie die Lemminge hinterher.

Der Staat erlaubt bei der privaten Altersvorsorge durch Basisrentenverträge pro Person und Veranlagungsjahr bis zu 20.000 Euro teilweise steuerlich als Sonderausgaben abzusetzen. Voraussetzung dafür ist beispielsweise, dass vertraglich ein Verwertungsausschluss vereinbart ist. Eine Kündigung, Beleihung, Kapitalisierung, Abtretung, Vererbung oder eine Verpfändung sind damit vertraglich

ausgeschlossen. Erst im Rentenfall ab 62 oder ausnahmsweise früher bei Berufsunfähigkeit wird aus dem angesparten Kapital ausschließlich eine lebenslange Rente gezahlt.

Die Versicherer behaupten zäh, der vertragliche Verwertungsausschluss verbiete es auch dem Gläubiger, das angesparte Kapital durch Kündigung zu verwerten – daher sei das Kapital der

Rüruprente vor Rentenbeginn insolvenzlicher. Erst danach könne die fällige Rüruprente wie Arbeitseinkommen gepfändet werden. Dieses Verkaufsargument war den Versicherern so wichtig, dass sie deshalb gegenüber der Wahrheit die Augen verschlossen haben.

Doch kein Pfändungsschutz

Der Bundesgerichtshof entschied jedoch, dass der von den Versicherern stets bemühte vertragliche Verwertungsausschluss gerade nicht die Pfändbarkeit ausschließt. Basisrenten-Versicherungen (auch unter dem Namen Rüruprente bekannt) gehören daher von Hause aus nicht zu den pfändungsgeschützten Versicherungsverträgen.

Rüruprentenverträge sind in der Ansparphase nur dann in bestimmten Grenzen pfändungssicher, wenn sie ausnahmsweise gleichzeitig alle Voraussetzungen der sogenannten pfändungsgeschützten Altersvorsorge nach § 851 c der Zivilprozessordnung (ZPO) erfüllen. Auch dies aber bietet nur einen begrenzten Schutz, oberhalb dessen das angesparte Kapital gemäß der Zivilprozessordnung (ZPO) noch vor Rentenbeginn gepfändet werden kann – und diese Grenzen liegen weit unter den in Rürupverträge steuerbegünstigten Beiträgen.

Gerade die gerne verkauften Rürupverträge mit maximal steuerlich zulässigem Einschluss einer Berufsunfähigkeitsrente sind nicht pfändungsgeschützt, weil die gegenüber der versicherten Altersrente dann weit höheren BU-Renten den Anforderungen an eine begrenzt pfändungsgeschützte Altersvorsorge nach § 851 c ZPO widersprechen, weil diese keine höhere BU-Rente als die spätere Altersrente erlauben.

Verfehlt Überlegung der Versicherer

Die Versicherer leiten den Pfändungsschutz für Rürupverträge aus dem vertraglichen Verwertungsverbot her, an das angeblich auch der Gläubiger oder Insolvenzverwalter gebunden sein soll. Diese Überlegung jedoch geht fehl, wie der BGH feststellt. Sonst gäbe es ja bei der ausdrücklich nur begrenzt pfändungsge-

schützten Altersvorsorge nach § 851c ZPO schon alleine wegen des Verwertungsausschlusses gar einen völlig unbegrenzten Pfändungsschutz, was der Gesetzgeber nicht wollte und verfassungsrechtlich wegen des Eigentumsschutzes des Gläubigers auch nicht einführen darf.

Verbrauch des Rürupkapitals

Tatsächlich dient der Verwertungsausschluss in engen Grenzen der Sicherstellung, dass der Vorsorgesparer sein Kapital wirklich nur als lebenslange Rente bekommt und nicht vorher bereits verbrauchen kann. Doch wenn der Staat Hartz IV oder andere Sozialleistungen, ggf. auch Prozesskostenhilfe zahlen müsste, kann er den vorherigen Verbrauch des Rürupkapitals durch außerordentliche Kündigung verlangen, wie in der Gesetzesbegründung zur pfändungsgeschützten Altersvorsorge ausdrücklich festgestellt. Wie dort ausgeführt, kann ein außerordentliches Kündigungsrecht unter besonderen Umständen wie der Verweigerung von Hartz IV-Leistungen wegen des Rürupkapitals auch bei einem vertraglichen ordentlichen Kündigungsverbot nicht ausgeschlossen werden.

Auch Riester-Verträge nicht pfändungssicher

Bei Riesterverträgen ist hinsichtlich Überzahlungen (nicht steuerlich geförderter Teil) in der Ansparphase gar nichts geschützt. Von Pfändungsschutz kann man natürlich auch bei einem nur begrenzten Pfändungsschutz sprechen, denn der Begriff meint ja nicht die völlige unbegrenzte Pfändungssicherheit. Leider wird der Begriff oft damit verwechselt, bis das böse Erwachen kommt.

Der BGH spricht von öffentlich (steuerlich durch Zulagen) geförderten Renten (also § 851 d ZPO). Das meint aber nach der Begriffsbestimmung des Altersvorsorgezertifizierungsgesetzes (AltZertG) ausschließlich die Riesterrente, auch wenn viele Versicherer gerne noch die Rürup- bzw. Basisrente dazuzählen wollen. Rürup gilt danach nicht als „steuerlich gefördert“, sondern hier sind nur Prämien als Sonderausgabe teilweise abzugsfähig.

Gesetzgeber hat nicht daran gedacht

Das BGH-Urteil bestätigt also, indem es die Rürup-Rente unter den pfändungsgeschützten Versicherungsverträgen nicht nennt, und jeglichen Pfändungsschutz durch den Gesetzgeber vor 2007 (und damit bei Einführung von Rürup- bzw. Basis-Rente) überhaupt verneint, dass diese in der Ansparphase zunächst komplett pfändbar ist. Auch der Pfändungsschutz in den jeweiligen Grenzen gilt nur, soweit sie gleichzeitig alle Voraussetzungen des § 851 c ZPO erfüllt. Der Gesetzgeber habe laut BGH an Pfändungsschutz seinerzeit bei Einführung der Rürup-Rente überhaupt gar nicht gedacht.

Pfändungsschutz allenfalls zur Entlastung der Sozialhilfe

Der BGH betont, dass in private Lebensversicherungen vollstreckt werden kann, es sei denn diese unterfallen besonderen Pfändungsschutzvorschriften. Versicherungen nur auf den Todesfall, mit einer Versicherungssumme nicht über 3.579 (typische Sterbegeld-Versicherungen), sind über § 850b ZPO vor Pfändung geschützt. Bei Versicherungen zur privaten Altersvorsorge ist über § 851c ZPO ein Deckungskapital komplett geschützt, mit dem sich regelmäßig eine Altersrente von maximal lediglich rund 1.000 Euro monatliche Rente aufbauen lässt.

Alternativen zur privaten Lebensversicherung (Basis- bzw. Rürup-Vertrag)

Die Obergerichte haben immer wieder betont, dass es jedem Bundesbürger, vor allem den Selbstständigen frei steht, zur Altersversorgung in die Deutsche Rentenversicherung (freiwillig) einzubezahlen



(Foto: www.download.tu-darmstadt.de)

Finanz- und Wirtschaftsexperte Bert Rürup ist der Namensgeber der Rüruprente

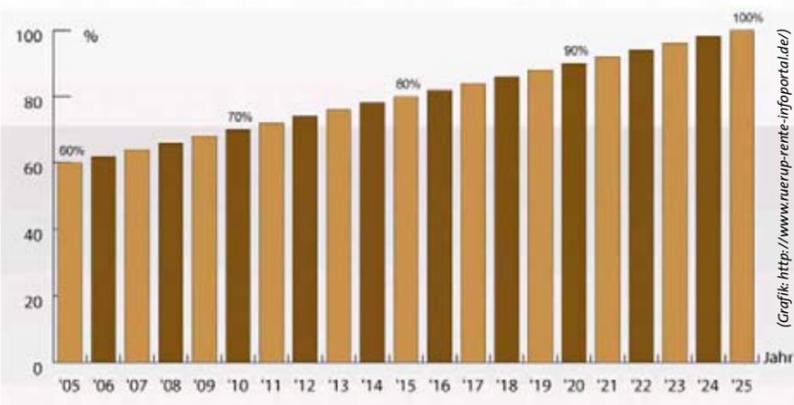
oder etwa in ein Versorgungswerk, wenn die Satzung einen Pfändungsschutz in der Einzahlungsphase bietet. Dennoch können Insolvenzverwalter und/oder Gläubiger in der Auszahlungsphase darauf ebenfalls zugreifen, soweit das pfändungsfreie Existenzminimum aller Einnahmen (zusammengerechnet) überschritten wird

Im Übrigen steht es auch Jedermann frei, sich nach Lösungen umzusehen, die im In- und Ausland einen Schutz vor Verlust der Altersversorgung durch Vollstreckung und Insolvenz versprechen. Die typische Basis- bzw. Rürup-Rente gehört jedoch mit Sicherheit nicht zu solchen Lösungen für den Mittelstand, auch wenn Versicherungsvermittler nicht müde werden, die Rechtslage und den BGH zu ignorieren. ■

Dr. Johannes Fiala und
Dipl.-Math. Peter A. Schramm

STEUERLICHE FÖRDERUNG DER RÜRUP RENTE

2005 konnten 60% der Beiträge steuerlich geltend gemacht werden. Pro Jahr steigt die steuerliche Abzugsfähigkeit um 2% an. Im Jahr 2025 ist der Gesamtbeitrag (max. 20.000,- € pro Person) steuerlich abzugsfähig.



(Grafik: <http://www.ruerup-rente-infoportal.de/>)

Der erste Blick täuscht

Über die Autoren

- Dr. Johannes Fiala, Rechtsanwalt (München), MBA Finanzdienstleistungen (Univ.), MM (Univ.), Geprüfter Finanz- und Anlageberater (A.F.A.), Bankkaufmann (www.fiala.de)
- Dipl.-Math. Peter A. Schramm, Sachverständiger für Versicherungsmathematik (Diethardt), Aktuar DAV, öffentlich bestellt und vereidigt von der IHK Frankfurt am Main (www.pkv-gutachter.de).



Weitblick gefragt

Beim Vererben von Unternehmensvermögen profitieren



(Foto: Boris Löffert)

Im Jahr 2003 forderte das Präsidiumsmitglied der Oskar-Patzelt-Stiftung, damals Wirtschaftsminister des Saarlandes, Dr. Hanspeter Georgi, zur Preisverleihung "Großer Preis des Mittelstandes", die betriebliche Erbschaftsteuer zu novellieren: Wenn der Erbe den Betrieb zehn Jahre lang weiterführt, sollte er die Erbschaftsteuer erlassen bekommen.

Schnell werden Erben zu Unternehmern

Auch aktuelle Richtlinien der Finanzverwaltung (OFD Frankfurt, S 7104 A-43-St 110) mahnen zu erhöhter Vorsicht. Schnell werden Erben selbst zu Unternehmern im umsatzsteuerlichen Sinne. "Die Veräußerung von geerbten Gegenständen des Betriebsvermögens wertet der Fiskus als unternehmerische Tätigkeit, selbst wenn dies der Liquidation des geerbten Unternehmens dient", betont DHPG-Steuerberater Gemeinhardt.

"Erben sind dann verpflichtet, ordnungsgemäße Rechnungen zu stellen, die Umsatzsteuer abzuführen sowie Umsatzsteuervoranmeldungen und Umsatzsteuerklärungen abzugeben." Die gleichen Folgen löst auch die Entnahme von Betriebsvermögen aus, soweit sie beim Erblasser ebenfalls zur Umsatzsteuer geführt hätte.

Ausweg: Verkauf

Einen Ausweg aus der Umsatzsteuerpflicht bietet der komplette Verkauf des Unternehmens bzw. aller geerbten Wirtschaftsgüter. Für die "Geschäftsveräußerung im Ganzen" sieht der Gesetzgeber eine Umsatzsteuerbefreiung vor.

Wer ein geerbtes Unternehmen nicht fortführen möchte, sollte sicherheitshalber die eigene Haftung begrenzen. Nicht immer ist die steuerliche Situation des Unternehmens klar.

Mit handels- und erbrechtlichen Maßnahmen zur Haftungsbeschränkung können sich Erben vor Nachwirkungen weitgehend schützen. Allerdings müssen diese Maßnahmen kurzfristig eingeleitet werden.

Nachwirkungen in Grenzen halten

Ob Firmenauto, Immobilie oder Bargeld: Bei Wirtschaftsgütern ist oft nicht auf Anrieb ersichtlich, ob sie aus dem Privat- oder Betriebsvermögen stammen. Angesichts komplexer steuerlicher Bedingungen mahnt die Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft DHPG zu Weitblick, auch auf Seiten der Erben.

"Erben sollten klären, ob auch unternehmerisches Vermögen zur Erbmasse zählt", empfiehlt DHPG-Experte Gemeinhardt. "Betroffene sollten genau prüfen, welche erbschaft- und ertragsteuerlichen Konsequenzen auf sie zukommen." In Abstimmung mit fachlichen Beratern lassen sich die Handlungsspielräume ausloten, um die steuerlichen Nachwirkungen in Grenzen zu halten.

Erbschaftsteuerreform weiter auf dem Prüfstand

Noch ist offen, ob die Erbschaftsteuer in der jetzigen Form verfassungsgerecht ist. Strittig sind zwei zentrale Punkte der Erbschaftsteuerreform. Klarheit wird wohl erst ein Urteil des Bundesverfassungsgerichtes schaffen.

Steuersätze für entfernte Familienmitglieder: Es ist zweifelhaft, ob die Steuersätze für entfernte Familienmitglieder in ihrer Höhe verfassungskonform sind. Sie dienen dem Fiskus teilweise als Gegenfinanzierung für die Steuerprivilegien für Betriebsvermögen. Betriebsvermögensprivilegierungen: Auch Steuerprivilegien für Betriebsvermögen sind Gegenstand des Verfahrens.



(Foto: Wikimedia/CC-3.0/Vorderstrasse)

Für Oskar Lafontaine ist diese Erbschaftsteuerreform das größte sozialpolitische Versagen der SPD. Er will die Betriebe im Erbfall ins Eigentum der Mitarbeiter überführen.

Es ist zurzeit noch möglich, Vermögen unabhängig von der Zusammensetzung privilegiert zu übertragen.

Tipp der DHPG

In der Praxis ist jeder Einzelfall sorgfältig zu prüfen. Erben sollten gegebenenfalls gegen Erbschaftsteuerbescheide Einspruch einlegen und sie bis zur Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes ruhend stellen. Nichtsdestotrotz ist die

Erbschaftsteuer zunächst zu begleichen, nur in Ausnahmefällen wird die Vollziehung des Erbschaftsteuerbescheides ausgesetzt. Bei lebzeitigen Übertragungen sollten Schenker unbedingt über Widerrufsklauseln nachdenken.

So kann das übertragene Betriebsvermögen bei ungünstigem Ausgang des Verfahrens zurückgefordert werden. Anschließend kann eine erbschaftsteueroptimierte Gestaltung erfolgen. ■

Die häufigsten Lügen überhaupt:

**Ich liebe Dich.
Ich rufe Dich an.
Du bekommst Dein
Geld.**

Alle tun sie weh, aber eine kann Ihre Existenz ruinieren. Bürgel-Auskünfte zeigen Ihnen, wie es um Ihre Kunden bestellt ist! Spezialisten ziehen Ihre offenen Forderungen ein; konsequent, erfolgreich!

BÜRGE**L** Wirtschaftsinformationen
Vertriebsgesellschaft mbH
– Niederlassung Leipzig –
Dohnanyistraße 28 • 04103 Leipzig
Tel.: (03 41) 4 49 03-0 • Fax: (03 41) 4 49 03 50
Internet: www.buergel-leipzig.de



(DHPG) Die Aussichten sind verlockend: Wer unternehmerisches Vermögen vererben oder verschenken möchte, kann von Steuerprivilegien profitieren. Die Übertragung von Betriebsvermögen bleibt in der Regel zu 85 Prozent und im Rahmen der so genannten Verschonungsoption sogar vollständig steuerfrei. Allerdings sind viele Bedingungen und Ausnahmen zu beachten. Kommen Erben für die Unternehmensnachfolge in Betracht, bieten sich verschiedene Modelle an, um die steuerlichen Auswirkungen für alle Beteiligten optimal zu gestalten.

Überraschung problematisch

Problematisch wird es, wenn Erblasser ihre Erben mit der Übertragung von Betriebsvermögen überraschen. Erben sehen sich plötzlich einer Reihe von steuerlichen Risiken gegenüber. "Sie können die entstehende Erbschaftsteuer gegebenenfalls nicht aus der Vermögensmasse heraus finanzieren", betont Gereon Gemeinhardt, Fachanwalt für Erbrecht und Steuerberater der Beratungsgesellschaft DHPG. "Bei Überentnahmen oder Verkauf von geerbtem Firmenvermögen droht ein Wegfall des Steuerprivilegs." Zudem haften sie insbesondere für die betrieblichen Steuern des Erblassers.

oppitz
CATERING
Genuss • Qualität • Kompetenz



oppitz
DIENSTLEISTUNGEN
Anspruch • Qualität • Kompetenz

DIE NEUE TOCHTER

Die Oppitz-Catering GmbH achtet auf höchste Qualität und abwechslungsreiche Vielfalt bei der Auswahl der Lebensmittel. Wir beziehen frische Produkte nach Möglichkeit bei qualitätsgeprüften Lieferanten aus der Region.

www.oppitz-catering.de

20 JAHRE ERFAHRUNG UND KOMPETENZ

Die Oppitz-Dienstleistungen GmbH ist der Partner für maßgeschneiderte Komplexeleistungen und individuelle Lösungsansätze in den Kompetenzbereichen Catering, Gebäudeservice und Managementleistungen. Das tägliche Handeln der Oppitz-Dienstleistungen ist geprägt durch einen hohen Qualitätsanspruch und eine nachhaltige, zukunftsorientierte Wirtschaftsweise mit Schwerpunkt auf die Regionen Berlin, Brandenburg, Sachsen und Sachsen-Anhalt.

www.oppitz-dienstleistungen.de



Foto: Annie Leibovitz/Released by White House Photo Office

Der gute Mensch von Chicago

Deutschland liebt US-Präsident Barack Obama für sein Charisma und seinen Gerechtigkeitsinn. Ist er der oberste Hypothekendrucker der USA?

Als Obama Präsident wurde, tobte die Weltfinanzkrise. Immobilienkrise, Bankenkrise, Finanzkrise und Wirtschaftskrise waren ein schier unentwirrbares Konglomerat. Krisenauslöser war im Frühjahr 2007 die US-Immobilienkrise, bis heute verniedlichend Subprimekrise genannt.

Institutionalisierter ökonomischer Irrsinn

Wer detailliert studieren will, wie das passieren konnte, sollte das 40seitige Vortragsmanuskript von **Leander L. Hollweg** von Tenmann Prognosys vom Februar 2009 studieren. In Kurzfassung ging es so:

1934 begann mit dem National Housing Act eine seither als „Redlining“ bezeichnete Praxis, nach der zahlreiche innerstädtische, vor allem von rassischen Minderheiten besiedelte Gebiete, für generell kreditunwürdig erklärt wurden. 1961 erklärte die US Kommission für Civil Rights, das sei Kredit-Diskriminierung

von Afroamerikanern. 1964 verbot der „Civil Rights Act“ jegliche Diskriminierung aufgrund von Geschlecht, Religion oder Rasse. 1968 verbot der „Fair Housing Act“ das Redlining. 1974 verschärfte der Equal Opportunity Act die Antidiskriminierung: Banken wurden schadensersatzpflichtig, wenn sie Kredite wegen des Alters des Kreditnehmers ablehnen. 1975 machte der Home Mortgage Disclosure Act auch Diskriminierungen wegen der Rassenzugehörigkeit schadensersatzpflichtig. Und **Jimmy Carter** führte 1977 mit dem Community Reinvestment Act (CRA) erstmals staatliche Sanktionen für „renitente“ Banken ein. Ab 1989 mussten CRA-Ratings veröffentlicht werden. Wer bevorzugt Risikogruppen bediente, der galt als „gute“ Bank. Also arrangierten sich die Banken und begannen, ihr CRA-Rating als Werbeargument einzusetzen.

80 Prozent aller Großbanken sahen sich genötigt, in vorauseilendem Gehorsam eigene CRA-Abteilungen zu unter-

halten. Der Dachverband National Community Reinvestment Coalition hatte schon 1988 solche Kredite im Gesamtwert von einer Billion US-Dollar erfasst. Bis 2008 wurden es 5,5 Billionen Dollar, fast die Hälfte der Gesamtverschuldung aller US-Privathaushalte.

Der gute Mensch von Chicago

Bürgerrechtsbewegungen, Community Groups, setzten dieses CRA-Rating als Druckmittel gegen „risikoscheue“ Banken ein. Als **Bill Clinton** 1994 das Trennbankensystem abschaffte und 1995 eine CRA-Reform durchsetzte, zwangen die Community Groups immer mehr Banken, große Kreditvolumina für Schuldnergruppen ohne Sicherheiten und ohne Einkommen zu verleihen. Am erfolgreichsten waren diese Bürgergruppen in Chicago. Sie hatten hier die Unterstützung eines hochtalentierten jungen schwarzen Politikers, **Barack Obama**. In Dutzenden von Prozessen wurden Banken gezwungen,

einkommensschwachen Bürgern Kredite zu geben. Alle klassischen Regeln für eine sichere und angemessene Kreditvergabepraxis wurden so auf öffentlichen Druck, in Ausführung politischen Willens, Schritt für Schritt außer Kraft gesetzt.

Unterstützt wurde der Run auf Kredite dadurch, dass in den USA – im Gegensatz etwa zu Deutschland – Hypothekenkredite steuerlich abzugsfähig sind. Und im Gegensatz zu Deutschland haftet ein Schuldner nicht mit seinem gesamten Einkommen, sondern nur mit dem Wert des Hauses. Bei Nichtzahlung des Kredits konnten die Kreditnehmer also ihre Häuserschlüssel an die kreditgebende Bank schicken. Niemand haftete mit eigenem Vermögen für den vermaselten Kredit.

Sozialismus in Reinform

Wer Kredite vergibt, ohne in der Bilanz einen Gegenwert darzustellen, ist rasch pleite. Also musste ein immer höherer Immobilienwert dagegen gesetzt werden. Das ging so lange gut, wie staatliche Förderung den Markt aufblähte. Den Durchbruch dieses „Modells“ sicherten die beiden staatlich geförderten Instituten Fannie Mae und Freddie Mac (F & F), die in Deutschland am ehesten mit der KfW-Gruppe vergleichbar sind. 1992 wurden sie in den Dienst staatlich geförderter Wohnungspolitik gestellt und nicht mehr vom Finanzministerium beaufsichtigt, sondern vom Wohnungsministerium. Als das Federal Reserve Board of Boston noch immer „rassische Diskriminierung“ am Kreditmarkt fand, brachen endgültig die letzten Hürden: Es genügt nun, an einem Kreditberatungsprogramm teilzunehmen – und schon galt man als kreditwürdig. Auch ohne Einkommen und Vermögen.

Die Kreditvergabe an LMI-Schuldner (low and moderate income), die unter normalen, kapitalistischen, Bedingungen nie einen Hauskredit erhalten hätten, wurde 1999 endgültig Staatsauftrag. Die Abkürzung „Ninja“ für „No Income, No Job or Assets“ entstand, zu deutsch: „kein Einkommen, keine Arbeitsstelle und keine Vermögenswerte“. Das

IWF-Krisenbericht für Zeitraum 2007 bis 2008. Dunkelrot: Länder mit offizieller Rezession. Blau: Länder mit positiver Wirtschaftsentwicklung

(Grafik: Wikimedia/CC-3.0/Felipe Menegaz)

alles hatte nichts mit Kapitalismus oder Neoliberalismus zu tun. Das war Sozialismus: Sozialpolitik, finanziert mit Staatsgarantien. An Ninja-Kreditern verdienten nun Verkäufer, Banken und Baufirmen. Der Staat besteuerte die Gewinne dieses Schneeballsystems. Und alle glaubten, besonders sozial zu handeln.

In den eigenen Büchern will eigentlich niemand Aktiva haben, die zwar politisch korrekt sind, aber ökonomisches Harakiri bedeuten könnten. Die Bilanzen musste getunt werden. Clinton erlaubte deshalb 1995, dass F & F Subprimekredite kaufen, verbriefen und verkaufen durfte. Wegen der Staatsgarantien glaubte man an „implizites AAA-Rating“. Doch irgendwann brach dieser Scheinmarkt, diese Blase, mangels Käufern zusammen. Die Subprime-Krise brach sich Bahn. Weltweit vier Billionen Dollar Verlust entstanden.

No, Mister President!

Obama hat die Zusammenhänge der Krise mit dem Community Reinvestment Act und seine eigene Rolle als Bürgerrechtsanwalt in diesem Spiel entweder nie verstanden oder ausgeblendet. Jedenfalls gab er in seiner Rede zur Wirtschaftskrise im April 2009, kurz nach seinem Amtsantritt als Präsident, die Interpretationsrichtung vor: Ein „Sturm der Unverantwortlichkeit und schlechter Entscheidungen“ hätte die Krise verursacht. „Im Verlauf der letzten zehn Jahre hat sich die Formel für den Kauf eines Hauses verändert. Statt jeden Cent zu sparen, um ihr Traumhaus kaufen zu können, stellten viele Amerikaner fest, dass sie plötzlich Kredite bekommen konnten, für die ihr Einkommen nach den zuvor üblichen Standards nicht ausreichte. ... Der Grund dafür, dass diese Kredite so leicht erhältlich waren, lag darin, dass die Wall Street potenziell große Gewinne am Horizont sah.“

No, Mister President, der Grund dafür, dass diese Kredite so leicht erhältlich waren, und dass potenziell große Gewinne am Horizont auftauchten, lag darin, dass das politisch gewollt und per Gesetz, Medien, Justiz, Sanktionen,

Staatsgarantien und Verbriefungen durchgesetzt wurde. Der Versuch, auch denen ein Häuschen zu gönnen, die es nicht bezahlen können, war eine sozialistische Utopie. Erst als das politisch erzwungen wurde, sah die Wall Street potenziell große Gewinne am Horizont.

Mehr Gerechtigkeit

Jüngst, im Januar 2012 versprach Obama dem amerikanischen Volk in einer großen Rede wieder einmal größere wirtschaftliche Gerechtigkeit. Die größte Herausforderung für die USA sei es derzeit, das Grundversprechen einzulösen, dass harte Arbeit sich lohne. Das klingt gut, das wird ihm die Wählerstimmen sichern. Das wird ihm die Wiederwahl erleichtern. Doch es versperrt den Blick auf die einfache Tatsache, dass im Ursprung der Immobilienkrise ein untauglicher Versuch stand, Gerechtigkeit für Benachteiligte mit politischer Gewalt gegen ökonomische Vernunft durchzusetzen. Man darf nicht ungestraft Visionen und Utopien verwechseln.

Entgeistert schrieb **Heike Buchter**, die New-York-Korrespondentin der ZEIT, schon 2010: „Barack Obama, der oberste Hypothekendrucker der USA ... Bisher hat die Notenbank Federal Reserve die Aktivitäten der öffentlich-rechtlichen Kreditinstitute gestützt. So hält der oberste Zentralbanker **Ben Bernanke** den Zinssatz nahe null. Rund 1,25 Billionen Dollar an Hypothekenspapieren hat die Fed während der Finanzkrise zudem bei Fannie und Freddie angekauft und damit ebenfalls Geld in die maroden Institutionen gepumpt.“ Schon vor zwei Jahren warnte sie deshalb davor, dass erneut mit Regierungshilfe die nächste Immobilienblase wieder in den USA entsteht.

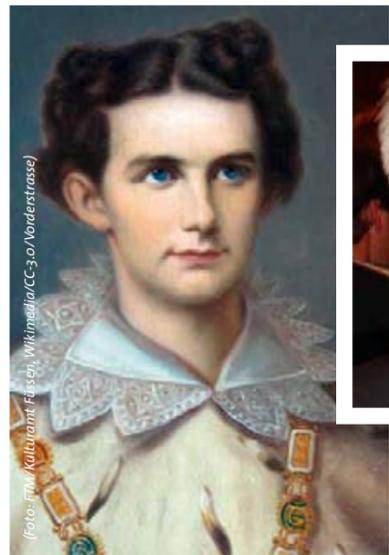
In memoriam Wilhelm Röpke

1957 mahnte einer der geistigen Väter der Sozialen Marktwirtschaft, **Wilhelm Röpke**: „Die fragwürdigen Dinge dieser Welt gehen an ihrer eigenen Natur, die guten jedoch an ihrer Übertreibung zugrunde.“ Die Übertreibung des Guten ist der Feind des Guten. ■

Dr. Helfried Schmidt

Bayern und der Rest der Welt

Bayerns unbestreitbare Erfolge lassen sich nicht mit dem weiß-blauen Klischee erklären. Sonst müsste sie ja jeder nachmachen können.



Einstiger Herrscher Bayerns: König Ludwig II. der Märchenkönig und der jetzige Regent des Freistaates: Horst Seehofer der Große

Bayern – da klingt schon der Landesname nach Größe, Einfachheit, Genialität. Und dann auch noch Freistaat! Dagegen kommen Rheinland-Pfalz oder Schleswig-Holstein niemals an. Bayern wurde seit jeher von Alpha-Tieren geführt, um die sie von anderen deutschen Völkern beneidet wurde: Ludwig II. der Märchenkönig, Franz Josef Strauß der Selige, oder Horst Seehofer der Große, der einzige, der sich von Angela Merkel weder einwickeln noch überlisten lässt. Vor allem aber hat Bayern offenbar eine Kultur des Tuns, des tätigen Fortschritts statt labenden Diskutierens entwickelt, die in den letzten Jahrzehnten die Entwicklung vom Agrar- zum Industrieland erst ermöglicht hat.

Bayern ist stolz

Bayern sieht sich selbst als Vorreiter im Jahrzehnt des Wandels. In Seehofers Selbstverständnis gehen kurzfristiges Krisenmanagement und langfristige Zukunftsgestaltung Hand in Hand, während andere Bundesländer zu Aktionismus flüchten. Bayern ist stolz auf seine Spitzenposition am Arbeitsmarkt.

Bayern in Deutschland ist vielleicht am ehesten mit China im Rest der Welt vergleichbar. Klare Staatsorientierung auf die wirtschaftlichen Fundamente des Gemeinwohls bei gleichzeitig maximaler Freiheit für die handelnden Personen. Diese Haltung wird politisch, medial und gesellschaftlich unterstützt.

Auf der Basis eines unerschütterlichen Wertesystems zwischen der Traditionspflege und klarer Zukunftsorientierung. Mag man woanders auch noch so viel über Lederhosen, Weißwurst und Volksmusik spotten – „das gehört zu uns!“ Mag man woanders auch noch so sehr die bayerischen Erfolge klein- oder schlechtreden – „wir gehen unseren Weg!“

In Brandenburg hat der Finanzminister jüngst eine Steuernachzahlung von seinen Kabinettskollegen gefordert, die die Fahrtenbücher ihrer Dienstwagen nicht korrekt geführt haben. Das „Markov-Dekret“ erklärt nun auf 26 (!) Seiten, wie ein Fahrtenbuch korrekt auszufüllen

ist. Je nach Lesart war das für die Medien eine Posse oder eine Affäre. Doch kein Medium kritisierte die ganze fiskalische Fahrtenbuchregelung also offenbar hoffnungslos überbürokratisiert. Wie soll einem Kleinunternehmer gelingen, woran ein Dutzend Minister mit Dutzenden Ministerialbeamten scheitern?

Keine Angst vorm Scheitern

Hier liegt der Hase im Pfeffer. Im Gegensatz zu manchen anderen Ländern mit wechselnden Regierungskoalitionen hat Bayern „seinen Mittelstand“ stets gehegt und gepflegt und Gründer nicht nur finanziell, sondern auch mental gefördert. Die verbreitete Gründungsunlust und Angst vorm Scheitern ist in Bayern am geringsten ausgeprägt.

So konnten auch viele ehemals Kleingroß werden. Bedeutend. Arbeitsplatzgiganten. Ehemalige Karstadt-Quelle-Mitarbeiter beneiden zwar Ebay oder Otto. Die haben's ja auch geschafft. Genau das ist Marktwirtschaft. Es können nicht alle überleben. Das Beste, das Effizienteste, das Nachhaltigste, das überlebt und schafft millionenfachen Nutzen.

Bayern ist heute ein weltweit angesehener Hightech-Standort, weil hier früher als woanders konsequent in neue Technologien investiert wurde. Der Anteil der Hightech-Branchen an der Wirtschaftsleistung liegt im Freistaat weit über dem Bundesdurchschnitt und der Anteil der Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen am Bruttoinlandsprodukt im internationalen Spitzenfeld.

2010 stellte Seehofer das Zukunftsprogramm „Aufbruch Bayern“ auf die drei Säulen, die schon den Erfolg der Vergangenheit bewirkten: Familie, Bildung, Innovation.

Das man für diese Wahrung der Familie als Wert im deutschen Ausland gern verspottet wird, hebt einen echten Bayern nicht an. Hauptsache, es funktioniert. Und das tut es prächtig. In den Familien, in den Kommunen, in der Wirtschaft, im Staatssäckel. Solange Bayern wie im Jahr 2011 mit rund 3,66 Milliarden Euro die Hälfte der bundesweit umverteilten Mittel im Länderfinanzausgleich zahlt, erwartet man hier wenigstens Respekt.

Ist das zu viel verlangt? ■

Gemeinde Niederwinkling

die wirtschaftsfreundliche Gemeinde & Kommune des Jahres 2010



Die Gemeinde Niederwinkling - der aufstrebende Industrie- und Gewerbeort am Rande des Bayerischen Waldes - liegt direkt an der A3 (eigene Ausfahrt) zwischen Passau und Regensburg.

Getreu dem Motto „Mit Tatkraft Zukunft gestalten“ hat die Gemeinde für Betriebe sehr gute Rahmenbedingungen geschaffen. So stehen neben „nach Maß angefertigten“ Gewerbeflächen auch Einrichtungen für betriebliche Weiterbildungsmaßnahmen zur Verfügung.

Mit der stetigen Entwicklung im wirtschaftlichen Bereich wurden bedarfsorientiert Baulandflächen erschlossen und die kommunale Infrastruktur zielgerichtet ausgebaut und modernisiert.

und: die Weiterentwicklung ist noch lange nicht abgeschlossen!

Gemeinde Niederwinkling
Marktplatz 1
94374 Schwarzach

Telefon-Nr.: +49 9962 9402-0
Telefax-Nr.: +49 9962 9402-40

info@schwarzach-vgem.de
www.niederwinkling.de

Mit Tatkraft Zukunft gestalten

Kostensenkung durch Bündelung: Rahmenverträge

Gemeinsam kann man mehr bewegen. Diese Weisheit ist das Erfolgsrezept von Rahmenverträgen, welche geschaffen werden um eine Vielzahl von Personen in den Genuß von besonders flexiblen bzw. günstigen Leistungen/Produkten kommen zu lassen. Unter anderem für die Bereiche:

- Strom
- Gas
- DSL
- Telefon
- Internet
- Handy

Wir suchen für Sie bestehende Rahmenverträge welche Sie nutzen können.

In welchem Bereich möchten Sie Kosten optimieren?

Tel.: 0800 / 3 71 71 71
Web: www.standleitungen.de/kontakt

Mit unserer mittlerweile 20 jährigen Erfahrung sind wir ein kompetenter Ansprechpartner auf den Gebieten Energie und Telekommunikation.

Dabei stehen wir Ihnen von der Beratung bis zur Realisierung unterstützend zur Seite.

Standleitungen.de
Telefon Internet Leitungen

DER SPEZIALIST FÜR INTELLIGENTE KLIMALÖSUNGEN



Der erste Satz der Wärmelehre sagt: „Energie wandert vom warmen zum kalten Medium!“

Angenehmes Raumklima zu jeder Jahreszeit? Und das auch noch unter den besten ökologischen und ökonomischen Bedingungen! INCOTEC nutzt diesen Effekt bei seinen innovativen Heiz- und Kühlflächen. Ganz ohne unangenehme Luftbewegungen im Raum. Einzig nur durch natürliche Strahlung wie sie uns auch die Sonne liefert.

Unser Leistungsspektrum umfasst, die Beratung, Planung, sowie die Ausführung sämtlicher Montagearbeiten bis zur Inbetriebnahme, Einregulierung und Übergabe der fertigen Anlage an den Betreiber. Mit eigenen, ausgezeichneten, Handwerkern für den Trockenbau und der Hydraulik verwirklichen wir nahezu jeden Raumklimawunsch

INCOTEC GmbH & Co. KG ■ Werkstraße 7a ■ 90518 Altdorf
Tel.: 09187 / 41030-0 ■ Fax: 09187 / 41030-20
www.Incotec-GmbH.de

Bezahlen Sie mit Bodenmaiser

Im Bayerischen Wald gibt es einen Geheimtipp: Bodenmais. Trendy und voller verrückter Marketingideen. Von hier kommt der jüngste Landrat Deutschlands.



Als **Michael Adam** 2008 zum Bürgermeister von Bodenmais gewählt wurde, war er mit 23 Jahren der jüngste Bürgermeister Deutschlands. Jetzt, mit 26, ist er im Landkreis Regen jüngster Landrat Deutschlands. Dieser Landkreis ist mit 2,8 Millionen Übernachtungen und dem Großen Arber als Wahrzeichen eine der beliebtesten Ferienregionen Deutschlands. Bodenmais präsentiert sich als Ferienort Nr. 1 im Bayerischen Wald. Egal ob Winter oder Sommer, das Urlaubsangebot wird immer umfangreicher.

Allein im zurückliegenden Jahr hat sich im Ort viel getan und die Entwicklung schreitet stetig voran. So wurden zahlreiche Wellness- und Luxushotels erweitert und ausgebaut, 29 WellVital-Häuser wurden neu zertifiziert. Die neu-

esten Angebote für Urlauber in Bodenmais sind Drachenfliegen, Mountainbike, das GARMIN/LOWA-Testcenter, Touren durch das umweltfreundliche Bio-Heizkraftwerk, die Bodenmaiser-Adventure-Card und das E-Bike-Netz. Andere Angebote, wie das Urwald-Programm, die rund 600 Veranstaltungen und Events, das Programm Golf-by-Bodenmais, der Dorfclub, WellSportAktiv, der Kinderclub oder die Bodenmais Card sind längst etabliert, ein Gesundheits- und Aktivzentrum kam jüngst dazu.

Immer höherer Standard

Hier findet man Qualität und Quantität. Bodenmais bietet die höchste Dichte an FirstClass- und Luxushotels in Bayern. Zahlreiche Hotels sind in den

vergangenen Jahren mit begehrten Preisen, wie dem TUI-Holly oder dem HolidayCheck-Award (Publikumspreis) ausgezeichnet worden. Das Magazin Focus listet gleich zwei der beliebtesten Wellness-Hotels Deutschlands in der kleinen 3.300-Einwohner-Gemeinde. Das tolle ist: Die Hotels entwickeln sich immer weiter, erweitern ihr Angebot und setzen den Standard immer höher. Davon profitiert der Gast bei jedem Besuch.

Das Motto des Angebots im Katalog könnte auch lauten: „Der richtige Mix macht den Unterschied!“ In Bodenmais wird der Wellness- und Entspannungs-Urlauber ebenso fündig, wie ein Wanderurlauber oder Mountainbiker. Sport und Erholung, Natur und Komfort – diese Dinge schließen einander nicht aus. In Bodenmais sind diese Dinge geballt und in Kombination zu finden. Gesundheitszentrum, Hallenbad, Sauna-Landschaft und jede Menge Wellness-Tempel in den FirstClass-Hotels bieten Erholung und jede Menge Komfort. Die Natur rund um den Ort lädt aber auch zu langen Wanderungen oder Rad-Touren ein und egal, ob Winter oder Sommer, das Sportangebot ist gewaltig. Kurz gesagt: Der Ferienort Bodenmais bietet schon heute fast alles, was das Urlauber-Herz begehrt und die Entwicklung wird sich auch in den kommenden Jahren genau so fortsetzen.

„Bodenmais – mein Markt“

Sogar eine eigene Bodenmais-Währung gibt es. Der „Bodenmaiser“, ein



(Fotos: Bodenmais Tourismus und Marketing GmbH)

Geschenk- und Einkaufsgutschein mit Werten von 5, 10 oder 20 Euro, wurde als neue Währung und Impuls für den örtlichen Einzelhandel eingeführt. Er ist reißfest, kopiergeschützt und durchnummeriert – und in Zukunft offizielles Zahlungsmittel im Ort.

Damit verbunden ist aber auch die Einführung eines neuen Slogans samt Logo für den Bodenmaiser Einzelhandel, um ein schärferes Profil und eine klare Identifikation für den Einzelhandel zu schaffen. „Bodenmais – mein Markt“ lautet der Slogan der Einzelhändler und das entsprechende Logo wird in Zukunft fester Bestandteil aller gemeinsamen Marketingmaßnahmen für den Einzelhandel – genauso, wie die neue „Währung“. Prominenter Wandertester im Bayerischen Urwald ist **Daniel Küblböck**. Der Sänger und Musiker liebt das Abenteuer und die Natur und wird deshalb im Juni vier Tage lang im Bayerischen Urwald rund um Bodenmais wandern gehen. Die „abenteuerliche“ Natur des Bayerischen Waldes ist eines der letzten verbliebenen Urwald-Relikte in Europa – genau der richtige Abenteuer-Spielplatz für den Sänger.

Als Anfang Januar ganz Deutschland noch über herbstliche Stürme und frühlinghafte Temperaturen stöhnte, führte die Bodenmais Tourismus & Marketing GmbH eine „Schnee-Garantie“ ein. Jeder Gast darf seinen Urlaub in Bodenmais

bis drei Tage vor Anreise kostenlos stornieren, wenn im Langlaufgebiet Aktivzentrum Bodenmais oder im alpinen Skigebiet am Großen Arber kein Schnee liegt und Skifahren nicht möglich ist.

Diese Schneegarantie gilt für alle Skireisen der Bodenmais Tourismus und Marketing GmbH bis einschließlich Ostermontag, 9. April 2012. Urlauber bekommen sogar noch eine kleine Entschädigung. Bei kostenloser Stornierung gibt es bei der „Schnee-Garantie“ als kleinen Trost einen Reisegutschein im Wert von 100 Euro vom weltweiten Internet-Reiseportal www.ferienfabrik.de geschenkt. ■



(Foto: Wikimedia/CC-3.0/Partypaal1988)

Sänger **Daniel Küblböck** wandert vier Tage durch den bayerischen Urwald rund um Bodenmais

VARIOTEC
Produkte • Konzepte • Erfolge



Zeit zum Handeln.

- ✓ Vakuum-Isolationspaneele + QASA-Bauteile
- ✓ Passivhauszertifizierte Fenster- und Türsysteme
- ✓ Passivhausbausysteme für Dach + Wand
- ✓ Außen-, Spezial- und Funktionstüren
- ✓ Bauphysikalische Planungstools
- ✓ All-inclusive Türen-Baukasten
- ✓ Sandwichelemente in VIP + PUR
- ✓ Fassaden- und Designsperrholz
- ✓ Marketing- und Verkaufsförderungskonzepte

VARIOTEC GmbH & Co. KG
Weißmarterstr. 3-5
D-92318 Neumarkt i. d. OPf.
Telefon: ++49 (0) / 91 81 69 46-0
Telefax: ++49 (0) / 91 81 88 25
E-Mail: info@variotech.de

VARIOTEC www.variotech.de

WEYERMANN® SPEZIALMALZE

Brennerstraße 17-19 · D-96052 Bamberg · www.weyermann.de



Brauereien in 118 Ländern der Welt vertrauen auf unsere hohe Qualität!

Partnerschaften rund um den Erdball

Die Städte, Gemeinden und Landkreise in der Metropolregion Nürnberg pflegen den Kontakt zu insgesamt 390 Partnerkommunen in aller Welt.

Regional-Special



In der Metropolregion Nürnberg bestehen allein 87 kommunale Partnerschaften mit Frankreich

Dr. **Siegfried Balleis**, Ratsvorsitzender der Metropolregion Nürnberg und Oberbürgermeister der Stadt Erlangen, ist begeistert: „Von der großen Anzahl an internationalen Partnerschaften profitieren wir alle. Die über Jahrzehnte gewachsenen Netzwerkstrukturen schlagen sich heute positiv auf die Weltoffenheit der Metropolregion nieder und schaf-

fen oftmals die notwendige Vertrauensbasis für wirtschaftliche Beziehungen.“ Ein vorbildliches Beispiel für eine gelungene Zusammenarbeit ist die seit 1997 bestehende Partnerschaft der Region Nürnberg, bestehend aus den Städten Erlangen, Fürth, Nürnberg und Schwabach sowie den Landkreisen Erlangen-Höchstadt, Fürth, Nürnberger Land und

Roth, mit der Stadt Shenzhen. In der Millionenstadt mit Sonderwirtschaftszone fand kürzlich die internationale Technologiemesse China High-Tech-Fair statt. Organisiert von IHK Nürnberg für Mittelfranken und der MesseNürnberg war die Metropolregion auch dieses Jahr wieder mit einem Gemeinschaftsstand vertreten.

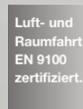
SCHÖLDERLE

Seit über 30 Jahren
innovativ und kompetent
in der
High-Tech-Fertigung

- Feinmechanik
- Handlingsysteme
- Sondermaschinenbau
- in den Bereichen:
- Spectralanalyse mit Glimmentladung
- Lasertechnik
- Luft- und Raumfahrt



Graf-Rasso-Straße 2 · D-82346 Andechs-Rothenfeld
Telefon: 08152/9917-0, Fax: -10 · www.schoelderle.de



Platz 1: Frankreich

Die Geschäftsstelle der Metropolregion Nürnberg hat eine Landkarte entworfen, in der die Partnerkommunen verzeichnet sind. Nach Recherchen des Amtes für Internationale Beziehungen der Stadt Nürnberg bestehen in der Metropolregion Nürnberg 87 kommunale Partnerschaften mit Frankreich. Auf Platz zwei und drei folgen Österreich und Italien mit 42 und 36 Partnerschaften. Nach Ungarn und unserem Nachbarland, der Tschechischen Republik, reichen jeweils über 20 Partnerschaften. Frankreichs Spitzenposition bei kommunalen Partnerschaften gilt auch deutschland- und bayernweit. Im Freistaat sind 371 von 1.168 Partnerschaften kommunale Verbindungen mit Frankreich (Quelle: Bayerisches Staatsministerium des Innern). Im Rahmen der langjährigen Partnerschaft des Bezirks Mittelfranken mit der Region Limousin wurden in der Metropolregion bis heute rund 30 Städte- und Gemeindepartnerschaften vereinbart.

Unverwechselbare Entstehungsgeschichten

Jede Partnerschaft ist durch ihre unverwechselbare Entstehungsgeschichte gekennzeichnet. Viele Gründungen ergaben sich in den Jahrzehnten nach Ende des Zweiten Weltkriegs und der Zerschlagung des Nazi-Regimes. Ziel war es, Brücken zwischen den ehemaligen Kriegsgegnern aufzubauen und zur Verständigung beizutragen. Als eine der lebendigsten deutsch-polnischen Partnerschaften zählt die Partnerschaft Nürnberg – Krakau. 1979 knüpften beide Städte an ihre wirtschaftlichen und kulturellen Beziehungen an, die seit dem Mittelalter bestanden.

Menschen besser verstehen

Die Vorzüge kommunaler Partnerschaften rücken immer stärker ins öffentliche Bewusstsein. Neben kulturellem Austausch stellt seit Jahren auch die grenzüberschreitende Zusammenarbeit auf wirtschaftlicher Ebene einen wichtigen Aspekt dar. Aktuell steht eine Städtepartnerschaft zwischen Bayreuth und dem



Die Partnerschaft mit der Millionenstadt Shenzhen existiert seit 1997

türkischen Tekirda vor ihrem offiziellen Abschluss. Angestrebt wird nicht nur eine Zusammenarbeit in den Bereichen Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft, sondern auch im Gesundheitssektor. Darüber hinaus betont Oberbürgermeister Dr. **Michael Hohlfeld**: „Grenzüberschreitende Städtepartnerschaften sind immer auch Vorbild für den Austausch zwischen unterschiedlichen Kulturkreisen. Es geht darum, dass sich die Menschen besser verstehen lernen und zu mehr Toleranz beitragen.“

Neben den formellen kommunalen Partnerschaften besteht eine Fülle weiterer Freundschaftsvereinbarungen und Kontakte. Städte, Gemeinden und Landkreise der Metropolregion können diese beim Amt für Internationale Beziehungen der Stadt Nürnberg melden. ■

Kooperation ohne Grenzen

Auch Unternehmen pflegen Partnerschaften über Grenzen Staatsgrenzen hinweg. Google U.K. nimmt mit der iloxx AG einen Preisträger des Wettbewerbs 2011 aus Nürnberg zum Testimonial für die Bewerbung der Google-Dienstleistungen in Großbritannien. Übrigens war Google Germany vergangenes Jahr zum Wettbewerb "Großer Preis des Mittelstandes" nominiert.



Überzeugend, konstant und innovativ in der kurvgesteuerten Automatisierung

verkettete als auch allein stehende

- Stanz -
- Biege -
- Montageprozesse ohne Trägerstreifen (Bandbreite x Bandvorschub entspricht der Platinengröße)
- intelligente Zuführsysteme ohne Rücklauf (lageorientiertes Drehen von Bauteilen, automatische Schlechteilentfernung)
- intelligente Werkzeuge (konstante, maßhaltige Produktion)
- kundenspezifische Produktion mit QS (Sicherung der Anlagenzuverlässigkeit, Wirkungsgradnachweis auf dem Prüfstand)

„Ideale Lösungen entstehen aus Ideen“

ausgezeichnet 2008, 2010 und 2011



K&S Anlagenbau GmbH
Gewerbestraße 13
D - 87663 Lengenwang
Fon.: +49 (8364) 98460
E-Mail: info@ks-anlagen.de
www.ks-anlagen.de

Land Rover Discovery



Die Entdeckung einer Erkenntnis

Winter. Minus 24 Grad Celcius. Ich komme aus dem Hotel und neben mir ein X5 von BMW, der gerade vom ADAC Starthilfe bekommt. Ich ahne, was auf mich zukommt, steige ein und drücke den Startknopf. Nach einer kurzen Verzögerung meldet sich sanft der Diesel des Land Rover Discovery der vierten Generation. Ich grüße den BMW-Fahrer mit dem ADAC-Mitarbeiter und rangiere aus dem fast zugeparkten Platz. Der Discovery wirkt wie ein Bruder des Range Rover, aber durch sein Surround-Kamera-System (fünf rund ums Fahrzeug positionierte Kameras) kann ich vorwärts sowie rückwärts millimetergenau rangieren. Der 3,0-Liter-Sechszylinder-Diesel mit 245 PS und einem maximalen Drehmoment von 600 Newtonmeter, arbeitet auch im kalten Zustand leise und kraftvoll.



(Fotos: Prof. A. J. Garth)



Perfekt gestylt

Die neue Modellgeneration des Land Rover Discovery 4 wurde von den Designern auch im Innenraum edel und bedienerfreundlich gestaltet. Feines Leder und hochwertige Verarbeitung vermitteln eher den Eindruck einer Luxus-Limousine. Die Lenkradheizung ist gerade bei diesen Temperaturen pures Wohlfühl-Handling. Der Langstrecken-Reisekomfort der Sitze machen den Discovery auch zu einem perfekten Reisewagen...

Szenenwechsel mit Defender

Szenenwechsel mit einem seiner Ahnen.

Mein Kollege **Horst-Ulrich König** besitzt einen der legendären Landrover Defender 110 Station Wagon, Modelljahr 2011 mit einem Hubraum von 2402 ccm und einer Leistung von 90 kw. Er schwört bei Verzicht auf Luxus auf dessen Geländetauglichkeit und auf die unverwüstlichen Gebrauchseigenschaften. Gelände- und Ralley-erfahren lässt er eine Geschäftstour auf dem Rückweg ins Büro zum Abenteuer werden. Plötzlich biegt er in einen Wald der Lausitzer Seenplatte ein und brettet mit fast 110 km/h über Stock und Stein, über Anhöhen einer karstigen Braunkohlentagebaulandschaft, über

Risse und gefrorene Hügel. Hier zeigen sich die Land Rover-Qualitäten von ihrer robusten Seite. Kein anderes Fahrzeug hätte diese Beanspruchung so weggesteckt. Der Ahne des Discovery arbeitet mit einer Selbstverständlichkeit und zeigt, dass es kaum Hindernisse für ihn gibt.

On-Road ein Vergnügen, Off-Road ein Erlebnis

Dieses Gelände-Urgestein Defender verpflichtet Land Rover dazu, dem Discovery Modellen die Legendären Off-Road-Gene mitzugeben. Das sensationell, komforta-

ble Terrain-Response-System für die Wahl von speziellen Geländeeigenschaften wie Schlamm- und Sandfahren sowie Felsenkriechen wurde perfektioniert. Neue Berganfahrhilfe, eine Untersetzung, die bei meinen Testfahrten durch schlammige Wälder und Bachläufe mit einer Wassertiefe von 60 Zentimetern, an den Defender erinnern. Auch die Geländenavigation ist wunderbar.

Die Höchstgeschwindigkeit ist bei 180 km/h erreicht. Das 245-PS-Aggregat verlangt durchschnittlich um die 9,7 Liter. Das ist angesichts der zweieinhalb Tonnen Gewicht nicht viel. Die Schaltarbeit

übernimmt im Discovery eine Sechsstufen-Automatik. Off-Road kein Ruckeln oder Zögern. On-Road sind die Schaltstufen nicht spürbar. Ab ca. 52.700 Euro beginnt der Fahrspaß, aber eben ohne Konkurrenz, denn das was Japan, München und Stuttgart in diesem Segment auf die Beine stellen, ist längst nicht mit so viel Off-Road-Spaß verbunden.

Die Erkenntnis: Ein Land Rover ist eben ein Original – Abenteurer, oder besser ein Freibeuter des Geländes – das konnte ich in der Tat entdecken. ■

Prof. A. J. Garth



Zu Ausgabe: 1/2012
 Ohne mich, ihr Penner!
 Mathe-Ass und Punk-Millionär Gerald Hörhan rüttelt auf.
 Für ihn ist die Jugend nur noch „faul, feig, falsch gebildet“

Leserbriefe

Ohne mich, ihr Penner!

„Glückwunsch zum Aufruf an die Medien in Ihrem Leitartikel. Inwieweit aber passen dazu Titelbild und Text auf der Deckseite? Soll es gelingen, mittels Stinkefinger und abfälligen Bewertungen die Jugend für Veränderungen zu gewinnen? Wie wäre es mit ‚Was ich kann, könnt Ihr schon lange!‘ Und statt ‚Ohne mich, ihr Penner!‘: Wenn Ihr wollt, begleite ich Euch (so lange), bis wir gemeinsam den Beweis dafür liefern.“

Dr.-Ing. Martina Dressel

„Die Behauptung, die Jugend werde so gebildet, dass sie ‚am Arbeitsmarkt nicht mehr einsetzbar‘ sei, ist völlig unbegründet. Die im Vergleich geringe Jugendarbeitslosigkeit in Deutschland zeigt das Gegenteil. Den Wiederaufbau hat es in den 50er und 60er Jahren gegeben, nicht in den 70ern. Wo Brasilien Europa Entwicklungshilfe leistet, ist mir auch ein Rätsel. Schade, dass Sie so einem Unsinn in Ihrem Blatt Raum gegeben haben.“

Prof. Claus Scholl

„Obwohl ich Herrn Hoerhan in einigen Punkten (z.B.: dass vielen Jugendlichen nicht gelehrt wird, wie man mit Geld umgeht, und sie somit unbewusst zu viele Schulden machen) durchaus zustimme, beinhaltet Ihr Interview leider hauptsächlich Verallgemeinerungen und Klischees. Schlimmer finde ich allerdings die folgenden zwei Sachverhalte:

Erstens, dass das Bild der Jugendlichen drei dunkelhäutige Jungs zeigt, und da wird sicherlich schnell von einigen Ihrer Leser die Assoziation gemacht: Junge Ausländer = faule Leute.

Zweitens, der Bezug auf den ‚Wiederaufbau Spirit‘ der 70-er Jahre: Also, muss man dann einen Weltkrieg herbeiwünschen, damit unsere Jugend wieder etwas ‚leisten‘ kann?“

Matthieu Boulay

Die beste aller Welten

„Es ist immer wieder faszinierend wie Herr Dr. Schmidt, in seinen Editorials, die Stimmung der Mittelständler trifft. Und bei aller Verzagttheit in unserem Land immer wieder Worte des Mutes und der Zuversicht findet. Frau Tröger setzt mit dem Beitrag „Durchstarten 2012“ noch einmal einen drauf mit der Mahnung an uns Leser, dass vieles in unseren eigenen Händen liegt. Ich freue mich als positiver Mensch sehr, dass es mit dem P.T. Magazin ein Informationsmedium gibt, welches nicht mit zweifelhaften Vermutungen, sondern mit Fakten argumentiert und die positiven Seiten beleuchtet.“

Hans-Jürgen Germerodt

„Was ich in diesem Zusammenhang sehr empfehlen kann, ist von Elke Endraß ‚Erfolgreich mit Calvin‘. Ein Wegweiser für ein gutes Leben. C. wurde von dem mir sonst sehr geschätzten Stefan Zweig mangels Fachwissen völlig falsch und verzerrt dargestellt. Halten wir's wie Calvin: ‚Wir müssen unser ganzes Leben lang vorwärtskommen und alles, was wir erreicht haben, ist immer nur Anfang.““

Jakob Bayer

e Performance ist A-Performance

„Als Fan von Auto-Mobilität lese ich sehr gern die Artikel Ihres interessanten Magazins mit wachsender Begeisterung. Der glühende Artikel in einer vergangenen Ausgabe über den Audi Q7 hat mich auch zu einem Audi Q7 in einer persuasiven Handlung gebracht. Ich kaufte mir einen, allerdings gebraucht, da ich die Modellpolitik von Audi als fabelhaft, allerdings die Preispolitik als weniger verlockend empfinde. Übrigens, das neue Erscheinungsbild des Magazins gefällt mir.“ Hochachtungsvoll

Dr. Rudolf Seifert

Leser-Telefon: 0341 24061-00 | Leser-Fax: 0341 24061-66
 Leserbriefe auch unter www.pt-magazin.de/service/leserbriefe

Impressum
 ISSN 1860-501X | 8. Jahrgang
 Ausgabe 2/2012

Verlag: OPS Netzwerk GmbH,
 Melscher Str. 1, 04299 Leipzig,
 Tel. 0341 24061-00, Fax 0341 24061-66,



info@op-pt.de | www.pt-magazin.de

Das P.T. Magazin ist das offizielle Magazin des Wettbewerbs „Großer Preis des Mittelstandes“ der Oskar-Patzelt-Stiftung, eingetragen im Stiftungsregister des Regierungsbezirkes Leipzig unter Nr. 2/1998.

Geschäftsführer:
 Petra Tröger, Dr. Helfried Schmidt

Redaktion:
 Dr. Helfried Schmidt (V.i.S.d.P.),
 Boris Kunofski

Autoren:
 Prof. Dr. Roland Alter, Werner Bayer, Prof. Dr. Ulrich Blum, Dr. Johannes Fiala, Dr. Franz Frantzen, Tim Fritzenschaft, Prof. Arnd Joachim Garth, Christian Kalkbrenner, Matthias Krieger, Prof. Dr. Karin Priester, Bernd Schenke, Dr. Helfried Schmidt, Dipl.-Math. Peter A. Schramm, Andreas Schultheis, Dr.-Ing. Walter Tritt, Petra Tröger

Korrespondenten:
 Bernd Schenke (Berlin),
 D-ROLF Becker (Halle)

Satz/Layout:
 Janine Huber (Satzleiterin),
 Frank Heinitz (technischer Leiter)

Anzeigen:
 Petra Tröger (V.i.S.d.P., Anzeigenleitung),
 Hartwig Voigt, Franziska Steinat,
 Josephine Kessler

Druck:
 Druckerei Vettters GmbH & Co. KG,
 Gutenbergstraße 2, 01471 Radeburg

Erscheinungsweise: 6 mal jährlich, Einzelpreis 3 € inkl. 7% MwSt.; Abonnement 16 € inkl. 7% MwSt. sowie inkl. Versand und Porto für 6 Ausgaben. Unser Magazin erhalten Sie in unserem Verlag sowie im Abo und in ausgewählten öffentlichen Einrichtungen.

Leser-Fax: 0341 24061-66
E-Mail: redaktion@op-pt.de

Mehrfachlieferungen auf Anfrage. Konditionen unter www.pt-magazin.de. Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 1/2012, gültig seit 01.12.2011.

© 2012 OPS Netzwerk GmbH. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

Alle Angaben ohne Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Beiträge müssen nicht die Meinung der Redaktion wiedergeben. Der Verlag behält sich vor, Leserzuschriften bearbeitet zu veröffentlichen. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und für Anzeigeninhalte übernehmen der Verlag oder seine Mitarbeiter keine Haftung.



Großer Preis des MITTELSTANDES
 Oskar-Patzelt-Stiftung

Wir halten uns nicht an Problemen auf. Wir erarbeiten Lösungen!

„Von der Planung zum fertigen Produkt in höchster Qualität aus einer Hand“



Dachschalldämpfer -Bahn-

Bioreaktor-Bahn-

Plasmazuschnitt



Projekt Tierfuttertrocknung Mars petcare

Qualitätssicherungssystem nach DIN ISO 9001

Gütesiegel „Sicher mit System“

Herstellerqualifikation zum Schweißen von Stahlbauten nach DIN 18800-7 Kl. E

Schweißzulassung Schienenfahrzeuge DIN EN 15085-2 CL1

Zulassung des Germanischen Lloyd zum Schweißen von schiffbaulichen Konstruktionen

Hersteller- und Schweißbetrieb gemäß AD2000

Merkblatt HP0, DIN EN 729-3, DIN 3834

Fachbetrieb nach §19 Wasserhaushaltsgesetz



Ersatzteilerfertigung nach Kundenwunsch vom Großkonzern bis zum Handwerksbetrieb

Oderlandstraße 4
 15890 Eisenhüttenstadt

Tel.: 03364/7539-0
 Fax.: 03364/7539-19

info-ehs@heckmann-mt.de
www.heckmann-mt.de

DAS HANDEWERK
 DIE WIRTSCHAFTSMACHT VON NEBENAN.

Die Post im Internet: Der **E-POSTBRIEF**®.



Jetzt kostenlos registrieren unter:
www.epost.de

Alles, was einen Brief ausmacht – ganz bequem im Internet. Ob Sie eine Versicherung abschließen oder einen Handwerker beauftragen wollen – der *E-POSTBRIEF* ist so sicher und verbindlich wie ein klassischer Brief. Denn dank persönlicher Identifizierung wissen Sie immer, mit wem Sie kommunizieren. Außerdem erreichen Sie zuverlässig jeden Adressaten. Und derjenige, der noch keine *E-POSTBRIEF* Adresse hat, bekommt Ihre Nachricht auf dem gewohnten Postweg. Registrieren Sie sich jetzt unter www.epost.de

Deutsche Post 

Die Post für Deutschland.