



Sehr geehrte Damen
und Herren,

sind die wachstumsstarken Jahre vorbei? Die wirtschaftlichen Daten sind zwar weiterhin gut, aber die Prognosen für 2019 mussten bereits nach unten korrigiert werden. Die Gründe dafür sind vielseitig: die durch die US-Handels- und Zollpolitik ausgelösten weltwirtschaftlichen Unsicherheiten, aber auch der leidige und nicht gelöste Brexit – sofern er denn zustande kommt. Das und vieles mehr hinterlassen Bremsspuren in der Konjunktur und lassen uns wieder bewusst werden, dass wir in Konjunkturzyklen leben. Auch auf nationaler Ebene nehmen die Herausforderungen eher zu als ab. Dazu gehören Fragen wie: Wie schaffen wir es, den Standort Deutschland wettbewerbsfähig zu halten, dabei die Leitbranche „Automobilindustrie“ nicht kaputt zu machen und gleichzeitig – bei Energieversorgungssicherheit – den Umbau in eine umweltfreundlichere Wirtschaft vorzunehmen? Wie kann die Besteuerung von Unternehmen und Bürgern ausgewogen gestaltet, für ausreichend Fachkräfte und eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie gesorgt werden? Obendrein gilt es für alle, die Megaaufgabe Digitalisierung zu meistern.

Letzteren Punkt werden wir im Übrigen als Leitthema „Der Großhandel im digitalen Wandel“ ins Zentrum unseres kommenden Verbandstages am 4. Juli in München stellen. Ich freue mich sehr, wenn Sie sich diesen Termin in Ihrem Kalender vormerken. Eine Programmeinladung erhalten Sie in den nächsten Wochen.

Ihr

Christoph Leicher, LGAD-Präsident



Die digitale Revolution

Wie stellt sich der digitale Wandel in Bayern dar?

Wie werden wir in Zukunft leben und arbeiten? Welche Produkte und Erfindungen werden uns bei den vielen Veränderungen und Umwälzungen unterstützen? Die folgenden Initiativen und Studien geben Einblicke, wo wir stehen und was in den kommenden Jahren umgesetzt werden soll.

Bayerns Digitalisierungsprogramm

Rund drei Milliarden Euro investiert der Freistaat Bayern von 2018 bis 2022 in einen Masterplan für Bayerns digitale Zukunft, „Bayern Digital II“ genannt (<https://zentrum-digitalisierung.bayern>). Rund 2.000 neue Arbeitsplätze sollen dabei entstehen. Hier ein paar Eckpunkte aus dem auf fünf Jahre angelegten Investitionsprogramm:

- Glasfaser: Gigabitfähige Infrastruktur in ganz Bayern bis 2025
- Mobilität: Digitalisierung der Straßeninfrastruktur, Vernetzung der Verkehrssysteme, Initiative „Autonomes Fahren“
- Bildung: Einrichtung von digitalen Klassenzimmern und Lernplattformen, Informatik als Pflichtfach
- Mobilfunk: Beseitigung der sogenannten „weißen Flecken“: Gebiete, die nur mangelhaft mit Festnetz oder Mobilfunk versorgt sind
- WLAN: 20.000 Hotspots in ganz Bayern bis 2020
- Mittelstand: Aufstockung des Förderprogramms „Digitalbonus Bayern“, moderne Berufsausbildung u.a.
- IT-Sicherheit: Verstärkte Prävention und Bekämpfung von Internet-Kriminalität sowie Stärkung landeseigener IT-Sicherheitszentren.

Technologien, die bereits im Einsatz sind

In der Studie „Breitbandbedarf der bayerischen Unternehmen 2017“ hat die vbw untersucht, welche digitalen Technologien tatsächlich schon im Einsatz sind. Dies sind:

- Cloud-Computing: 48%
- Homeoffice: 40%
- Videokonferenzen: 36%
- Service-Portale für Kunden: 27%
- Apps für Kunden: 23%
- Big Data: 12%
- Geoinfosysteme: 11 %
- Interne Apps: 10 %
- Virtual Reality: 3 %
- Augmented Reality: 2 %

Best Practice Beispiele

Rund 70 Unternehmen finden sich auf der interaktiven Bayernkarte der digitalen Champions des Bayerischen Wirtschaftsministeriums (www.stmwi.bayern.de/digitalisierung/bayernkarte-der-digitalen-champions). Dabei handelt es sich um Firmen, die die Digitalisierung auf herausragende Weise umgesetzt haben. Die meisten kommen aus dem Bereich Industrie 4.0.

Für den bayerischen Großhandel hatte der LGAD zuletzt in 2014 den Nutzungs- und Handlungsbedarf digitaler Technologien erhoben. Am meisten genutzt werden diese in der Warenwirtschaft, Stammdaten- und Lagerverwaltung. Der größte Handlungsbedarf wurde gesehen in der IT-Sicherheit, elektronische Bestellplattformen, Webshops und mobile Apps. Für unsere Wirtschaftsstufe planen wir in diesem Jahr eine weitere Studie zum Thema „Die Zukunft des Großhandels in einer digitalisierten Welt“.



Aktuelle Umfrage zum Geschäftsklima

Stimmung im bayerischen Groß- und Außenhandel trübt sich ein

FAKTEN & ZAHLEN

Verglichen mit den Werten im Vorjahr gab das Statistische Bundesamt folgende Zahlen bekannt:

3,5% legten die Verkaufspreise im Großhandel im November 2018 zu.

11,3% Anstieg (nominal) verzeichneten die Großhandelsumsätze im Oktober 2018 (real um 7,5%).

1,4% mehr Beschäftigte gab es im Großhandel im Oktober 2018. Die Beschäftigtenzahl stieg auf 1,956 Millionen.

14,1% Umsatz-Plus (nominal) gab es im Produktionsverbindungshandel im Oktober 2018 (real +7,8%).

7,4% Umsatzwachstum (nominal) erzielte der Konsumgütergroßhandel (real +6,2%).

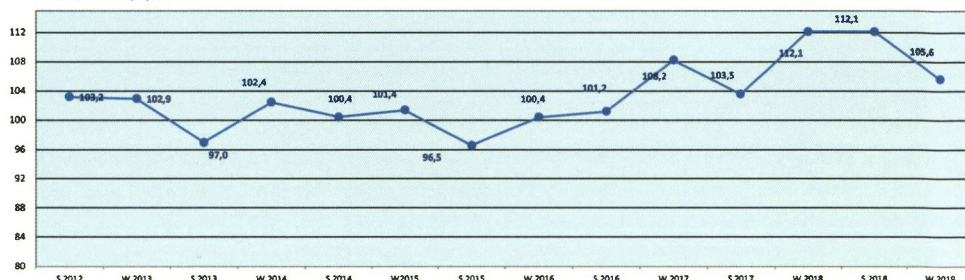
3,0% legten die Exporte und 5,7% die Importe in 2018 zu.

Jahreswirtschaftsbericht vorgestellt

Die Bundesregierung rechnet in diesem Jahr nur noch mit einem Wirtschaftswachstum von 1,0 Prozent. In ihrer Herbstprognose ist sie noch von 1,8 Prozent ausgegangen. Anlässlich der Vorstellung der Ergebnisse erklärte Dr. Holger Bingmann, Präsident unseres Bundesverbandes BGA: „Der strukturverändernde technologische Fortschritt sowie die konjunkturelle Abkühlung erfordern mehr Tempo bei der Modernisierung des Standorts Deutschland“. Ganz oben auf der Agenda sieht Bingmann die Modernisierung des Unternehmenssteuerrechts, um Impulse gegen die konjunkturelle Abschwächung zu setzen und Deutschland weiterhin als Standort attraktiv zu halten. Denn: „Die Steuerbelastungen deutscher Unternehmen liegen im internationalen Vergleich an der Spitze.“

Den Jahreswirtschaftsbericht finden Sie auf www.lgad.de unter „Aktuelles“.

LGAD-Index



In der Winterumfrage bekommt das Geschäftsklima im bayerischen Groß- und Außenhandel aktuell von unseren Mitgliedsunternehmen nur noch die Note 2,92. Abgefragt wurden sowohl die Lagebeurteilung als auch die Erwartungen an die nächsten sechs Monate.

Für die aktuelle Lage gab es die Schulnote 2,88 und für die Erwartungen die Note 2,97. Dieser Wert ist so schlecht ausgefallen wie schon lange nicht mehr (Sommer 2015: 3,01.) Der LGAD-Index ist somit auf 105,6 Punkte gefallen, von 112,1 im Juli und Januar 2018.

„Diese Ergebnisse passen zum eingetrübten Gesamtstimmungsbild der deutschen Wirtschaft“, sagt Christoph Leicher, LGAD-Präsident. „Zwar befinden wir uns derzeit immer noch in einer Hochphase, aber wirtschaftlich müssen wir uns wohl auf ein schwieriges Jahr einrichten, da die Wirtschaftsdynamik abnimmt. Bedauerlich ist, dass die konjunkturellen Eintrübungen nicht von der Wirtschaft selbst, sondern von politischen Entwicklungen ausgelöst werden. Handelskonflikte, Währungsturbulenzen von Schwellenländern sowie geopolitische Konflikte belasten die Weltwirtschaft und haben die allgemeine Unsi-

cherheit über die wirtschaftliche Entwicklung erhöht.“ Leicher betont weiter „Jetzt ist es wichtig, dass sich die Politik wieder stärker um die eigenen wirtschaftlichen Entwicklungsmöglichkeiten kümmert. Die Bundesregierung sollte jetzt steuerliche Impulse für Unternehmen und Bürger gegen eine konjunkturelle Abschwächung setzen.“ Deutschland gehöre bei den Steuerbelastungen zu den Spitzenreitern weltweit. „Wenn wir als Standort weiterhin attraktiv bleiben wollen, muss die Politik handeln.“

Die Unsicherheiten zeigen sich auch in der Zurückhaltung der bayerischen Groß- und Außenhändler, neues Personal einzustellen. Laut Umfrage wollen aktuell nur noch 17 Prozent der befragten Unternehmen neue Mitarbeiter einstellen. In den letzten zwei Jahren waren es noch um die 30 Prozent. Am meisten zu kämpfen haben die Unternehmer mit der Bürokratie, dem Margendruck sowie mit den hohen Lohnnebenkosten. Fast 33 Prozent gaben an, dass es schwer bis sehr schwer sei, Personal zu finden.

Wir danken allen Mitgliedsunternehmen im LGAD, die sich wieder an der Umfrage beteiligt haben.

Ein Interview zu dieser Umfrage mit LGAD-Pressesprecher Helmut Ruhland finden Sie unter: www.lgad.de Rubrik „Presse & Medien“ Videos / Interviews
Direktlink: <https://www.lgad.de/web/medien/videos/interviews/Aktuelle-Stimmung-Jan.-2019.php>



Themenfeld Tarifrecht

Entstehen einer betrieblichen Übung auf übertarifliche Entgelterhöhung

Beschränkt der Arbeitgeber tarifliche Entgelterhöhungen nicht auf das Tarifentgelt, sondern erhöht er zugleich den zusätzlich gewährten übertariflichen Entgeltbestandteil in gleicher Weise wie den tariflichen, kann es zum Entstehen einer betrieblichen Übung in Bezug auf den übertariflichen Vergütungsanteil kommen. Durch die jahrelang wiederholte Erhöhung des übertar-

riflichen Entgeltbestandteils in Höhe der Tarifsteigerungen ist eine betriebliche Übung dahingehend entstanden, die Entgelte derjenigen Arbeitnehmer, denen ein den Tarif übersteigendes Entgelt zugesagt worden ist, insgesamt entsprechend den Tarifsteigerungen zu erhöhen (BAG, Urteil vom 19.09.2018 – 5 AZR 439/17). Den übertariflichen Vergütungsanteil definiert

der Arbeitgeber autonom, ordnet ihm bestimmte Geldbeträge zu und entscheidet, welche Arbeitnehmer in den Genuss einer „Höherstufung“ kommen. Die Gehaltsentwicklung ist in diesem Fall und bei Vorliegen der sonstigen Voraussetzungen einer betrieblichen Übung der dynamischen Ausgestaltung unterworfen.

Praxistipp: So verhindern Sie eine „betriebliche Übung“

Um das Entstehen einer betrieblichen Übung zu verhindern, muss der Arbeitgeber bei oder im Zusammenhang mit der Gewährung einer Leistung den Beschäftigten klar und verständlich deutlich machen, er wolle sich für die Zukunft nicht binden. Das heißt im Klartext, dass die Steigerung übertariflicher Bezüge nicht an die Erhöhungen der tariflichen Bezüge gekoppelt werden darf. Die übertariflichen Entgeltbestandteile sind in Bezug auf das Entstehen einer betrieblichen Übung nicht anders zu behandeln als sonstige übertarifliche Leistungen, wie etwa Sonderzahlungen, die zusätzlich zu tarifvertraglich geschuldeten Zahlungen vom Arbeitgeber geleistet werden.

Neues Mutterschutzgesetz – Gefährdungsbeurteilung



Seit dem Inkrafttreten des neuen Mutterschutzgesetzes am 1. Januar 2018 ist jeder Arbeitgeber verpflichtet, für jeden Arbeitsplatz eine anlassunabhängige Gefährdungsbeurteilung durchzuführen – unabhängig davon, ob eine Frau oder ein Mann an einem Arbeitsplatz tätig ist oder ob dieser Arbeitsplatz jemals von einer Frau besetzt war oder be-

setzt werden soll. Die Übergangsfrist für den Nachweis der Gefährdungsbeurteilung lief am 31. Dezember 2018 ab. Frauen können sich schon vor einer Schwangerschaft über Risiken und Schutzmaßnahmen informieren. Feste Vorgaben für die schwangerschaftsspezifische Gefährdungsbeurteilung gibt es nicht. Kann der Arbeitgeber am 1. Januar 2019 die Durchführung nicht nachweisen, droht ein Bußgeld bis zu 30.000 Euro. Die Gefährdungsbeurteilung muss sofort durchgeführt werden, wenn eine Arbeitnehmerin mitteilt, dass sie schwanger ist. Arbeitgeber sind verpflichtet, der Aufsichtsbehörde über eine ihnen gemeldete Schwangerschaft zu informieren. Anschließend muss der Arbeitsplatz für werdende oder stillende Mütter so eingerichtet werden, dass keine Gesundheitsgefährdungen bestehen. Als Grundlage dienen die Maßnahmen, die in der schwangerschaftsspezifischen Gefährdungsbeurteilung festgelegt wurden.

Buchbesprechung

Die Gefahrstoffverordnung



Die Verordnung hat durch verschiedene nationale Gesetze (Arbeitsschutzgesetz, Chemikaliengesetz, Produktsicherheitsgesetz etc.) und europäische Vorschriften (CLP-Verordnung, REACH-Verordnung, Krebsrichtlinie) zahlreiche Änderungen erfahren. Die Neuauflage enthält Erläuterungen im Kontext des nationalen und europäischen Chemikalienrechts sowie des Mutterschutzgesetzes und des einschlägigen technischen Regelwerks. Als Anhänge enthalten sind im Buch der Text der Gefahrstoffverordnung, das TRGS 410 „Expositionsverzeichnis bei Gefährdung gegenüber krebserzeugenden oder keimzellmutagenen Gefahrstoffen der Kategorien 1A oder 1B“ und der Auszug aus dem Mutterschutzgesetz.

Preis € 36,80 inkl. MwSt.,
ISBN: 978-3-8462-0521-1, 2.,
vollständig überarbeitete Auflage 2019,
ca. 220 Seiten.

Themenfeld Berufliche Bildung

Praxisworkshop Werbung & Recht an der Akademie Handel

Der Grat zwischen erlaubter und rechtswidriger Werbung kann schmal sein. Was ist zulässig, wo riskiert man eine Abmahnung? Um Mitarbeitern bei Werbemaßnahmen rechtliche Handlungssicherheit zu vermitteln, bietet die Akademie Handel am 2. April einen ganztägigen Praxisworkshop zum Thema „Werbung & Recht“ an.

Die Teilnehmer bekommen die rechtlichen Grundlagen an die Hand, um etwaige Abmahnungen zu vermeiden, aber auch um



erfolgreich gegen unlautere oder rechtswidrige Maßnahmen von Mitbewerbern vorgehen zu können. Mit anschaulichen Praxis-Beispielen vermittelt dieser Work-

shop die Grundzüge des Wettbewerbs-, Urheber- und Markenrechts.



NÄHER AM MÖGLICHEN

Anmeldung und weitere Informationen erhalten Sie bei Wolfgang Förster, Tel. 089-55145 27, wolfgang.foerster@akademie-handel.de oder unter www.akademie-handel.de/termine/19015021.php.

Themenfeld Außenwirtschaft

Handels- und Investitionsschutzabkommen mit Singapur

Der Ausschuss für Internationalen Handel (INTA) des EU-Parlaments hat am 24. Januar grünes Licht für das Abkommen zwischen der EU und Singapur gegeben. Damit werden nun die übrigen Zölle auf europäische Waren abgeschafft, die trotz des bereits grundsätzlich zollfreien Zugangs zum singapurischen Markt noch bestehen. Auch die EU verpflichtet sich, Zölle auf 80 Prozent der Waren zu beseitigen und die übrigen Zölle in einem Zeitraum von drei bis fünf Jahren abzuschaffen. Im Rahmen des

Investitionsabkommens wurden alle Regelungen der EU zum Investitionsschutz integriert. Es ersetzt die bilateralen Abkommen der EU-Staaten mit Singapur.

EU und Japan: Weltweit größter Raum für sicheren Datenverkehr

Nach Inkrafttreten des Freihandelsabkommens zwischen Japan und der EU zum 1. Februar (wir berichteten) hat die EU-Kommission nun ihren sogenannten Angemessenheitsbeschluss angenommen. Er er-

möglicht den ungehinderten Austausch personenbezogener Daten zwischen Deutschland und Japan unter starken Schutzgarantien. So entsteht mit über 600 Mio. Menschen der weltweit größte Raum für sicheren Datenverkehr. Japan ist nach den USA und China die drittgrößte Volkswirtschaft der Welt und damit ein sehr interessanter Absatzmarkt für europäische Unternehmen. Zuwächse werden v.a. bei landwirtschaftlichen Produkten sowie bei der Automobilindustrie erwartet.

Bayerische Außenwirtschaftsförderung

Bayern – Fit for Partnership (BfP) 2019

Das sogenannte BfP ist ein vom Bayerischen Wirtschaftsministerium finanziertes internationales Weiterbildungsprogramm. 2019 sind bisher elf Delegationen von internationalen Fach- und Führungskräften aus Osteuropa und Nordafrika nach Bayern geplant. Die Experten kommen aus so unterschiedlichen Themengebieten wie Abfallwirtschaft, Metallverarbeitung,

Smart City oder Hotellerie. Sie werden sich bei Unternehmensbesuchen, Fachvorträgen und Kooperationsbörsen über bayerische Technologien und Dienstleistungen informieren. Bayerische Unternehmer zeigen in ihren eigenen Betrieben oder bei Kooperationsveranstaltungen ihr gesamtes Produkt- und Leistungsspektrum und können damit wertvolle Kontakte zu

den internationalen Entscheidungsträgern herstellen. Allein die 2017 an den BfP-Projekten beteiligten bayerischen Unternehmen erwarten durch ihre Teilnahme zusätzliche Umsätze von über 49 Mio. Euro.

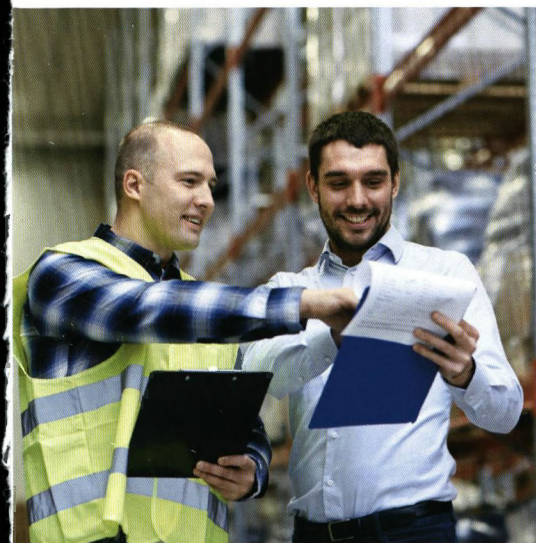
Alle BfP-Projekte sowie Mitmachmöglichkeiten finden Sie unter www.bayern-international.de/bfp.

Terminvorschau

7. März	LGAD-Außenwirtschaftsausschuss, Nürnberg (www.lgad.de)
21. März	Erste koordinierende Sitzung der großen LGAD-Tarifkommission, Markt Schwaben
27. März	LGAD-Vorstandssitzung, München
8. April	Erste Tarifverhandlungsrunde, München
4. Juli	Mitgliederversammlung und LGAD-Verbandstag, München (www.lgad.de)

LGAD-Themenfeld „Betriebsberatung – Unsere Servicepartner“

Das Lager – Herzstück des Großhandels



Noch in den 1990er Jahren führte in vielen Unternehmen das Lager ein Schattendasein und mit dem Begriff Logistik verband man – sofern das Wort überhaupt benutzt wurde – eher den Transportsektor.

Zwischenzeitlich jedoch hat sich das Zentrallager als eine bedeutende Basis für das Geschäft etabliert. In gleichem Maße jedoch wie ein Lager zum Erfolg und zur Umsatzsteigerung beitragen kann, kann es andererseits auch negativen Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben. Das moderne Lager erfordert heute eine hö-

here Aufmerksamkeit durch die Führungskräfte von Handelsunternehmen.

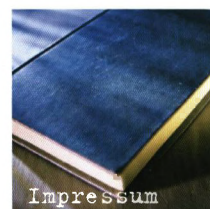
So ist ein zentrales Thema die Menge und die Vielfalt des zu lagernden Sortiments zur Sicherstellung einer ausreichenden Lieferfähigkeit. Dabei kann zu wenig Bestand ebenso teuer und nachteilig sein wie zu viel. Eine permanente Auseinandersetzung mit dem richtigen Warenbestand ist deshalb unerlässlich. Den richtigen Bestand zu kennen ist wiederum Voraussetzung für die richtige Dimensionierung des Lagers. Die Frage, wo die Lieferanten und wo die Kunden sitzen, ist mit entscheidend – schon allein aufgrund von Lieferzeiten und Lieferkosten – für die Wahl des besten Standorts für ein Lager. Die Lagertechnik und die Kommissionierung orientieren sich an der Produktpalette.

In allen diesen Fragestellungen jedoch sind Bedarfsorientierung, Skalierbarkeit und Vermeidung von Fixkosten die Zauberworte. Der kostenoptimale Betrieb eines Lagers wird durch den zunehmenden Arbeits- und Fachkräftemangel schwieriger, zumal die Anforderungen an die Logistikqualität parallel ansteigen. Digitalisierungs- und Automatisierungsmaß-

nahmen werden in gesundem Maß notwendig sein, um die Arbeiten im Lager zu vereinfachen bzw. zu ermöglichen. Den Verantwortlichen des Handelsunternehmens stellt sich auch immer wieder die Frage, wer das Lager bewirtschaftet. Lange Zeit als Kernkompetenz des Handels wahrgenommen, fragen sich zunehmend Unternehmen, ob ein Outsourcing interessant sein könnte.

Zu guter Letzt ist das Lager aber nach wie vor – trotz Digitalisierung, Onlinehandel und Multi-Channel-Vertrieb – die sichtbare und vorzeigbare Visitenkarte des Unternehmens und, das darf man nicht vergessen, die einzige Möglichkeit, nicht nur die Ware, sondern auch die Leistungsfähigkeit eines Händlers „physisch“ und tatsächlich „sehen“ zu können!

Verfasser: LGAD-Servicepartner Christian Schober von Schober Beratung für Logistik, siehe auch www.lgad.de Themenfeld „Betriebsberatung“.



Praxistipp:

Gehen Sie bei Ihrem Lager auf Nummer sicher

Wie wichtig ein funktionierendes Lager für den Großhändler ist, zeigt sich auch im Schadenfall, beispielsweise nach einem Brand. Gerade im Lager ist das Brandrisiko hoch: Eng gestapelte Waren, Verpackungen aus Pappe, Kamineffekte durch Regalbauten u.v.m. So hat für 2018 der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft allein im Bereich Industrie und Gewerbe 400 derartige Brände mit einem Schadenswert von über 1 Milliarde Euro erfasst. Abgesehen vom materiellen Schaden, der versicherbar ist, können die Folgen aber noch weitreichender sein: Lieferketten könnten stocken oder es kann sogar zu einem Betriebsstillstand kommen.

Vorbeugend bietet die VGA GmbH Versicherungskonzepte für Handel und Dienstleistung an, sowie professionelle Risikoberatung und maßgeschneiderte Schutzkonzepte. Risiken können so identifiziert und durch individuelle Lösungen reduziert werden. Durch die Analyse wird deutlich, welche Restrisiken überhaupt versichert werden müssen. Für weitere Informationen und Beratung in Ihrem Unternehmen steht das Team der VGA GmbH gern zur Verfügung: www.vga.de, Tel. 030 590099940.

Erscheinungsweise: zweimonatig
Verleger: Wirtschaftshilfe des Bayerischen Groß- und Außenhandels GmbH
Alleiniger Gesellschafter: Landesverband Groß- und Außenhandel, Vertrieb und Dienstleistungen Bayern e.V.
Verantwortlich für Redaktion und Anzeigenteil: Agnes Krafft und Helmut Ruhland
Grafik: Newsletter Nick Hermanns, Bad Aibling
Druck: Typobierl Satz & Druck GmbH, München

Hauptgeschäftsstelle:
 Max-Joseph-Str. 5, 80333 München
 Postfach 201337, 80013 München
 Tel. (089) 54 59 37 – 0
 Fax: (089) 54 59 37 – 30
info@lgad.de
www.lgad.de

Geschäftsstelle Nürnberg:
 Sandstr. 29, 90443 Nürnberg
 Tel.: (0911) 20 31 80
 Fax: (0911) 22 16 37
nuernberg@lgad.de



Die folgenden Muster und Positionen sind neu auf unserer Website hinterlegt und können im Mitgliederbereich unter den einzelnen Themenfeldern abgerufen werden:

■ Dienstwagenüberlassungsvertrag

Der LGAD-Mustervertrag zur Überlassung von Dienstwagen wurde neu überarbeitet und ist als Vorlage abrufbar (Themenfeld „Arbeits- und Sozialrecht“).

■ Merkblatt Besteuerung elektronischer Marktplätze

Betreiber von Internet-Marktplätzen werden durch das neue „Gesetz zur Vermeidung von Umsatzsteuerausfällen“ stärker in die Pflicht genommen (Themenfeld „Steuern“).

■ BGA-Checkliste Verpackungsgesetz

Für das zum 1. Januar gültige neue Verpackungsgesetz hat unser Bundesverband eine „Checkliste“ mit allem, was zu beachten ist, erstellt (Themenfeld „Umwelt/Energie“, Rubrik „Merkblätter“).

■ vbw-Position Künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz (KI) spielt eine entscheidende Rolle für die künftige Wettbewerbsfähigkeit unserer Wirtschaft. Unser Dachverband vbw erläutert und bewertet die Programme des Freistaats Bayern, der BRD und der EU (Themenfeld „Neue Technologien“).

■ vbw-Position Digitale Plattformen

Zwei Drittel der deutschen Unternehmen nutzen digitale Plattformen bereits für ihr Kerngeschäft. Die vbw-Position erläutert und bewertet aktuelle Regulierungsvorhaben (Themenfeld „Neue Technologien“).

■ vbw-Position Mittelstand

Das Papier beschreibt die zentralen Forderungen für eine verbesserte Wettbewerbsfähigkeit des Mittelstandes (Themenfeld „Wirtschaftsrecht“).

Expertise und Leidenschaft für pflanzliche Produkte

Martin Bauer Group seit über 60 Jahren im LGAD Bayern



Die Kräuterkreation für den Teebeutel, der Grünteeextrakt für den Eistee, das Kurkumapulver für die Schokolade sowie der Efeuextrakt für den Hustensaft – alle haben eines gemeinsam: in ihnen stecken die Leidenschaft und Liebe zur Natur sowie in Jahrzehnten gewachsene Expertise.

Seit 1930 entwickelt die Martin Bauer Group aus Vestenbergsgreuth mit seinen Kunden aus der weltweiten Lebensmittel-, Tee-, phyto-pharmazeutische sowie Tierernährungsindustrie pflanzliche Produkte. Sie basieren auf verantwortungsvoll beschafften, hochwertigen pflanzlichen Rohstoffen, die in zertifizierten Prozessen schonend verarbeitet werden. Das Unternehmen ist mit über 20

Vertriebs- und Produktionsstandorten und mehr als 4.000 Mitarbeitern global agierend, aber lokal verwurzelt.

Ganzheitliche Verantwortung zu übernehmen gehört für das Familienunternehmen in vierter Generation ganz selbstverständlich zur Unternehmensphilosophie, insbesondere entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Im Rahmen der Beschaffung von pflanzlichen Rohstoffen aus bis zu 80 Ursprungsländern orientiert sich die Martin Bauer Group an der Agenda 2030, den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen.

Mehr Details zum Unternehmen finden Sie unter www.martin-bauer-group.com.

Online-Plattformen: LGAD plant Studie

Internetplattformen werden im Handel immer wichtiger und spielen eine Schlüsselrolle im Rahmen der digitalen Transformation. Das haben bereits die Arbeiten des Zukunftsrats der Bayerischen Wirtschaft zu Big Data (2016) und zur neuen Wertschöpfung durch Digitalisierung (2017) deutlich gezeigt. An diese Ergebnisse knüpft nun eine weitere, aktuelle Studie der vbw an: „Plattformen – Infrastruktur der Digitalisierung“. Die wichtigsten Ergebnisse: Auch im industriellen Bereich gewinnen Plattformen zunehmend an Bedeutung. Gleichzeitig gibt es sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene verschiedene Bestrebungen zur Regulierung von Plattformen. Ihre Bedeutung wird nach Einschätzung

der Unternehmer weiter stark wachsen. Auch der LGAD will seinen Mitgliedern mehr Orientierung bei diesen Herausforderungen bieten und sie bei der Lösung von Fragen rund um die Digitalisierung unterstützen. Daher plant der LGAD in 2019 eine Studie, die die Bedeutung der Plattformen für den Großhandel untersuchen soll. Auch zahlreiche Best practice-Beispiele sollen Eingang in die Studie finden, mit dem Arbeitstitel „Die Systemrelevanz des bayerischen Großhandels – Die Zukunft des Großhandels in einer digitalisierten Welt“. Wir halten Sie über die Fortschritte der Studie auf dem Laufenden. Die ersten Ideen wollen wir Ihnen im Sommer beim Verbandstag am 4. Juli vorstellen (vgl. dazu auch das Editorial).

Arbeitgeberverbände starten Kampagnen zur Europawahl

„Am 26.5. Europa wählen!“, so lautet der Slogan

Vom 23. bis 26. Mai sind rund 400 Millionen Bürgerinnen und Bürger aus 28 EU-Staaten aufgerufen, die Abgeordneten des Europäischen Parlaments zu wählen.



Seit 1979 gibt es diese direkte Wahl auf EU-Ebene, in der jeder EU-Mitgliedsstaat seine Abgeordneten auf 751 Sitze ins EU-Parlament wählt. Deutschland bestimmt am 26. Mai seine 96 Vertreter. So lautet der Slogan „Am 26.5. Europa wählen“, mit dem unser Spitzenverband, die vbw – Vereinigung der

Bayerischen Wirtschaft, für den Urnengang wirbt. Ein Megaposter macht an unserer Verbandszentrale in München darauf aufmerksam, wie wichtig diese Wahl auch für

die gemeinsamen Errungenschaften ist. Der EU-Binnenmarkt bringt für Bayerns Wirtschaft Wachstum und Wohlstand. Die EU ist der wichtigste Handelspartner des Freistaats. 2018 exportierten bayerische Unternehmen Waren im Wert von 107,5 Mrd. Euro in die anderen EU-Staaten, das

waren 56,4 Prozent der gesamten bayerischen Ausfuhren. Gleichzeitig kamen 62,2 Prozent aller Einfuhren Bayerns aus der EU (115,6 Milliarden Euro).

Wie wichtig die EU für Deutschland ist, betonen derzeit viele Wirtschaftsorganisationen und auch Unternehmer auf Veranstaltungen. Menschenrechte, demokratische Grundordnung, Freiheit, Gleichheit und Rechtsstaatlichkeit sind die unveräußerlichen gemeinsamen Werte der EU, die eine Friedenssicherung und Wohlstand über 70 Jahre hinweg in den einzelnen Ländern gesichert haben.

Praxistipp:

Unter www.vbw-bayern.de und www.clever-waehlen.eu hat die vbw die Programme der größeren Parteien zur Europawahl übersichtlich aufbereitet, bewertet sowie eigene Positionen veröffentlicht.

KLARText

Die Europäische Union steht vor einer bedeutenden Wahl. Gerade in politisch unruhigen Zeiten ist es wichtig, den europäischen Gedanken und die europäische Integration nicht aufs Spiel zu setzen.

Das europäische Projekt ist gefährdet. Antieuropäische Kräfte haben bei ihrem Kampf bereits erste Etappensiege erzielt. Auch und gerade wir Vertreter der Wirtschaft sind gefordert, mehr Engagement für den europäischen Einigungsprozess zu zeigen. Was steht auf dem Spiel? Es besteht die reale Gefahr, dass die Europagegner von links und rechts künftig kombiniert zur großen Verhinderungskraft im Europäischen Parlament werden. Mit Blick auf aktuelle Umfragen ist es gut möglich, dass der Wahltag zum Beginn einer langen Hängepartie für die Europäische Union wird. Eine neuerliche Vertrauenskrise darf sich Europa nicht erlauben. Neben den dramatischen

Folgen eines wie auch immer gearteten Brexits würde das eine zusätzliche Belastung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und für die Wirtschaft bedeuten. Wir werben mit Optimismus und Vertrauen für die europäische Idee. Zehntausende deutsche Unternehmen und Millionen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer profitieren tagtäglich von der europäischen Gemeinschaft. 2018 exportierten deutsche Unternehmen Waren im Gesamtwert von fast 780 Milliarden Euro in die anderen 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Das entspricht fast 60 Prozent des Gesamtexportes der Bundesrepublik. Gemeinsam möchte ich mich mit Ihnen für unser Europa einsetzen – hier und jetzt! Nutzen wir unsere Möglichkeiten, um für die europäische Idee zu werben – in den Verbänden, in den Betrieben, gemeinsam mit den Sozialpartnern, bei allen uns zur Verfügung stehenden Gelegenheiten. Der Bundesverband Deutscher Arbeitgeber hat uns dafür Positionen zusammengestellt, welche Sie als Beilage in dieser Ausgabe erhalten und weitergeben können.

Ihr Frank Hurtmanns



Total Compensation – Handbuch der Entgeltgestaltung

Soeben ist die 2. aktualisierte Ausgabe dieses Handbuchs erschienen, herausgegeben von Professor Dr. Frank Maschmann. In 40 Kapiteln werden praktisch erprobte Lösungen für alle rechtlichen und personalwirtschaftlichen Probleme der Entgeltgestaltung nach dem Konzept der „Total Compensation“ als Gesamtvergütung aus zahlreichen Einzelbausteinen präsentiert. Boni, Prämien, Provisionen kommen dabei ebenso zur Sprache wie Aktienoptionen, Dienstwagen und Incentive-Maßnahmen. Außerdem werden die Themen Gleichbehandlung, Mitbestimmung und Fragen der Lohnsteuer und Beitragspflicht der diversen Entgeltkomponenten behandelt. Deutscher Fachverlag GmbH, Ladenpreis: € 219, ISBN 978-3-8005-1691-9.

Publikation zum bedingungslosen Grundeinkommen

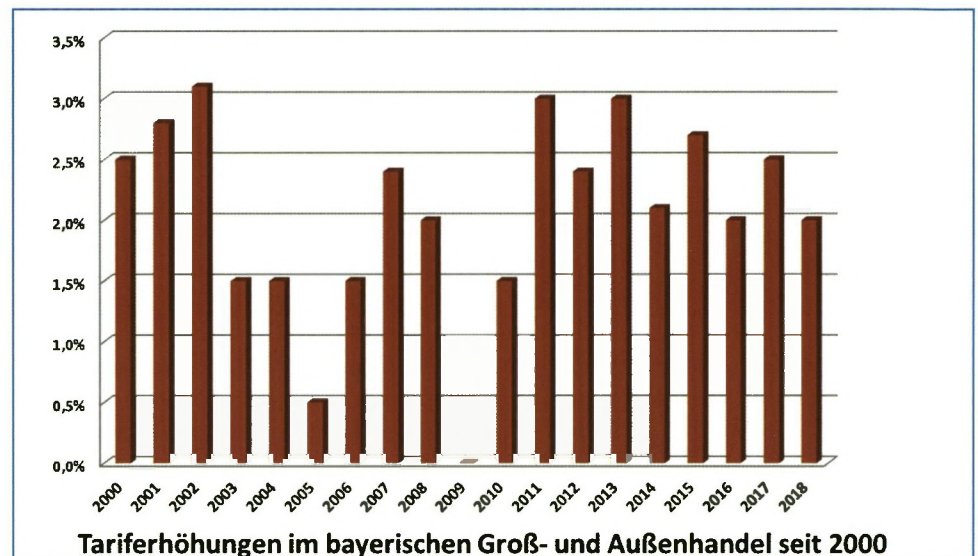
Das Roman Herzog Institut (RHI) hat die neue Publikation „Das bedingungslose Grundeinkommen“ vorgelegt. Die Digitalisierung hat die Diskussion um ein bedingungsloses Grundeinkommen wieder neu belebt. Befürworter finden sich quer durch alle Gesellschaftsschichten, politischen Lager und wissenschaftlichen Institute. In der Publikation kommen beide Seiten zu Wort. RHI-Vorstandsvorsitzender Prof. Randolph Rodenstock erklärte: „Die Autoren setzen sich fundiert mit der sozialen Mindestsicherung in Zeiten des digitalen Wandels auseinander. Gegner und Befürworter teilen dabei die Ansicht, dass ein bedingungsloses Grundeinkommen nur durch eine Abkehr vom Sozialstaat bisheriger Prägung möglich wäre. Dennoch: Die Erwerbsarbeit wird sich in der digitalen Zukunft verändern.“

Die Publikation kann kostenlos unter www.romanherzoginstitut.de bestellt oder heruntergeladen werden.

Der Auftakt zu den Tarifverhandlungen 2019 ist gemacht!

Für die mehr als 27.000 Unternehmen mit über 267.000 Beschäftigten im bayerischen Groß- und Außenhandel haben am 8. April die Tarifverhandlungen begonnen. Wie erwartet brachte die erste Runde in München noch keine Einigung.

fähigkeit der Unternehmen orientieren, gerade jetzt, wo der Rahmen auch für den Groß- und Außenhandel enger wird und sich die wirtschaftliche Lage beginnt einzutrüben.“ Ein Angebot von Arbeitgeberseite wurde daher noch nicht unterbreitet.



Die Verhandlungskommissionen des LGAD Bayern e.V. und der Arbeitnehmervertretung ver.di haben erstmals miteinander verhandelt, nachdem ver.di zum 31. März den Entgelttarifvertrag gekündigt und dann seine Forderungen gestellt hatte. Wie bereits veröffentlicht wurde, fordert ver.di:

- Entgelterhöhung der QFW2 um 6,5 %
- Anhebung der W-Stufen auf 80 Euro
- Auszubildendenvergütung soll um 100 Euro erhöht werden
- Laufzeit: 12 Monate (ab 01.04.2019)
- AVE wird gemeinsam mit den Arbeitgebern beantragt.



Horst Horn

Die LGAD-Tarifverhandlungskommission hat diese Forderungen als zu hoch zurückgewiesen. So machte Verhandlungsführer Horst Horn deutlich: „Die Höhe des Tarifabschlusses muss sich an den Möglichkeiten des Produktivitätszuwachses und den Notwendigkeiten des Erhalts der Wettbewerbs-

Die zweite Tarifverhandlungsrunde ist für den 10. 5. 2019 erneut in München geplant. In den anderen Bundesländern laufen derzeit ebenfalls die Verhandlungen an.

Der LGAD wird sich wieder konsequent dafür einsetzen, die Belastung für seine Mitgliedsunternehmen im vertretbaren Rahmen zu halten und einen wirtschaftlich tragbaren Abschluss zu erzielen. Wir werden Sie auf dem Laufenden halten.

Praxistipp:

Mit vereinzelt Warnstreiks muss in den kommenden Wochen gerechnet werden. Betroffene Unternehmen bitten wir, sich im Falle eines Streiks mit der Geschäftsleitung im LGAD in Verbindung zu setzen, Tel. 089 / 54 59 37-0. Zum Thema Arbeitskampf haben wir im Mitgliederbereich unter www.lgad.de, im Themenfeld Tarifrecht/-politik ein ausführliches Merkblatt über praktische und rechtliche Fragen zum Arbeitskampf hinterlegt.

Als neuen Servicepartner für die Information und Beratung in wirtschaftsrechtlichen Fragen stellen wir vor

Schindhelm Rechtsanwaltsgesellschaft mbH und Rechtsanwalt Dr. Thomas Scharpf

Zum serviceorientierten Ausbau unserer Mitgliederbetreuung haben wir zum 1. April als neuen Servicepartner des LGAD die Schindhelm Rechtsanwaltsgesellschaft mbH verpflichten können. Das Büro in München wird von Dr. Thomas Scharpf geleitet. Als unser Ansprechpartner und ausgesprochener Experte im Wirtschaftsrecht kennt er auch betriebswirtschaftlichen Anliegen und tägliche juristische Fragestellungen mittelständischer Unternehmen. Thomas Scharpf bietet künftig allen Mitgliedsunternehmen im LGAD Bayern seine Leistungen im Bereich gesellschafts- und handelsrechtliche Fragen in bevorzugter Weise an. Der LGAD Bayern fokussiert sich im Zuge der Maßnahme auf seine Kernkompetenzen im Arbeits-, Tarif- und Sozialrecht.

Unsere Servicepartnerschaft umfasst alle wirtschaftsrechtlichen Fragestellungen.

Das sind:

- Handels- und Gesellschaftsrecht
- Kauf- und Vertragsrecht (z.B. Allgemeine Geschäftsbedingungen, Gewährleistungen)
- Wettbewerbsrecht
- Insolvenzrecht
- Prozessführung/Streitbeilegung

Soweit Mitgliederanfragen zu den obigen wirtschaftsrechtlichen Themen an uns herangetragen werden, verweisen wir Sie zukünftig auf unseren Servicepartner, den Sie bei Bedarf dann selbst kontaktieren können.

LGAD fokussiert sich auf seine Kernkompetenzen im Arbeits-, Tarif- und Sozialrecht und baut weiteres Know-how auf

Im Zuge dieser Servicepartnerschaft fokussiert sich der LGAD Bayern auf seine Kernkompetenzen im Arbeits-, Tarif- und Sozialrecht. Das beim LGAD Bayern bestehende Arbeitsrechtsteam wird weiter in bewährter Weise geführt. Mit dem Servicepartner ist auch vereinbart, dass Fragen zum Arbeits-, Tarif- und Sozialrecht ausschließlich vom LGAD Bayern betreut werden.

Unser Angebot an LGAD-Mitgliedsunternehmen

- Mitgliedsunternehmen und deren mitvertretenen Betriebsstellen können künftig telefonisch oder schriftlich mit Dr. Thomas Scharpf Kontakt aufnehmen.
- Der Service umfasst eine kostenlose Erstauskunft mit fundierten und praxis-tauglichen Handlungsempfehlungen.

■ Bei einer weitergehenden Inanspruchnahme des Servicepartners durch ein LGAD-Mitgliedsunternehmen über die Erstauskunft hinaus gewährt der Servicepartner 10 Prozent Rabatt auf seine üblichen Stundensätze.

■ Nimmt ein Mitgliedsunternehmen Leistungen des Servicepartners in Anspruch, richten sich alle Ansprüche der Mitgliedsunternehmen und des Servicepartners nach einem dem zwischen diesen beiden Parteien abzuschließenden Mandatsvertrag.

Unser Servicepartner ist berufsrechtlich zur Verschwiegenheit verpflichtet und beachtet die Regeln des Datenschutzes.

Das Serviceangebot finden Sie ausführlich dargestellt auf www.lgad.de, im Themenfeld „Betriebsberatung – Unsere Servicepartner“. Dort sowie in unseren Medien werden künftig Informationen zum Rechtsgebiet aufgegriffen und dargestellt.

SCHINDHELM – Lokale Kompetenz mit globaler Reichweite

Die Rechtsanwaltsgesellschaft SCHINDHELM – mit deutschem Ursprung – ist mit über 220 Juristen in 13 Ländern an 27 Standorten in Europa sowie in China als international tätige Wirtschaftskanzlei tätig und bestens vernetzt.

Zur Mandantschaft gehören insbesondere mittelständische Unternehmen aus den Bereichen Handel, Dienstleistung und Industrie ebenso wie Verbände und öffentliche Körperschaften sowie private Klienten.



Schindhelm Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Goethestraße 52

80336 München

thomas.scharpf@schindhelm.com

www.schindhelm.com

HOTLINE von 9.00 bis 17.00 Uhr unter

Tel. 089/2302456-110



**Dipl.-Betriebswirt (FH) Dr. Thomas Scharpf
Rechtsanwalt & Partner**

Dr. Thomas Scharpf bringt mit dem Studium der Betriebswirtschaft an der Fachhochschule Kempten sowie der Rechtswissenschaften an der Universität Augsburg umfassende Grundlagen für die wirtschaftsrechtliche Beratung von Unternehmen ein. Seine Expertise ist die Beratung von in- und ausländischen Unternehmen mit Schwerpunkt in Süddeutschland. Vor seinem Eintritt als Partner bei der Schindhelm Sozietät war Thomas Scharpf bei verschiedenen wirtschaftsrechtlich und international ausgerichteten Kanzleien in München tätig.

Persönlich kennenlernen können Sie Dr. Thomas Scharpf auf unserem LGAD-Verbandstag am 4. Juli in München.

Aus der Praxis für die Praxis: Von Servicepartner SCHOBER Beratung für Logistik

Was tun, wenn die Transportkosten aus dem Ruder laufen?

Auch im Groß- und Außenhandel sind die Transportkosten in den letzten Jahren stark gestiegen, egal ob mit oder ohne eigenen Fuhrpark. Tatsächlich wird es immer kostenintensiver, einen eigenen Fuhrpark zu unterhalten und Transporte durchzuführen. Die Gründe dafür sind vielseitig: Der Fahrermangel erfordert höhere Löhne; die Preise für Kraftstoff sind wieder gestiegen, Kosten für Ad Blue und die Maut – nun auch auf Bundesstraßen – schlagen zu Buche. Zunehmende Staus bedeuten Zeitverluste; dadurch erfolgen weniger Transporte im selben Zeitraum. Auch dadurch steigen die Transportkosten je Sendung.

Frühe Planung senkt die Kosten

Deshalb ist es als Unternehmen wichtig zu analysieren, welche Positionen man selbst beeinflussen kann, um dem Spediteur eine Kalkulation mit dem spitzen Bleistift zu ermöglichen. Beispielsweise erleichtert eine



frühe Avisierung des zu transportierenden Volumens am Vortag dem Spediteur die Planung! Ebenso lohnt sich oftmals die Prüfung einer Zusammenfassung des Transportvolumens innerhalb einer Woche, also die Bündelung von Sendungen an denselben Kunden oder in dieselbe Region. Eine Sendung, die „mitreist“, kostet nur einen Bruchteil einer Sendung, die „alleine“ transportiert wird!

Verladung ist „die halbe Miete“

Eine weitere Stellschraube ist die Verladung: Je geordneter die Ware verpackt und gestapelt ist, desto günstigere Auswirkungen hat das auf den Preis. Einsparpotential

gibt es auch in der Verwaltung: Werden Auftragsdaten elektronisch an den Spediteur übertragen, spart das Zeit und Geld bei allen Beteiligten. Das trifft auch für die Digitalisierung von Rechnungen, Lademittel oder Schadensmeldungen zu.

Unser Praxistipp zum Schluss

Räumen Sie Ihrem Spediteur Freiraum bei der Zeitplanung ein, sofern Ihr Kunde das zulässt. Die Flexibilität, über den Tag verteilt zustellen zu dürfen, anstatt auf die Stunde genau pünktlich sein zu müssen, sollte sich auch in der Kalkulation des Spediteurs niederschlagen. Und werfen Sie Ihr gesamtes Transportvolumen in die Waagschale – auch das reduziert den Preis!

Für Fragen und Lösungen

steht Ihnen unser Servicepartner Christian Schober unter der Nummer 089 / 89 736 363 gerne zur Verfügung.



Im Gespräch mit LGAD-Mitglied J+K Jugard+Künster GmbH

Über 80 Jahre Erfahrung – auch mit Lösungen für den Großhandel

Bei einem Besuch der Firma J+K JUGARD+KÜNSTNER überzeugte sich die LGAD-Mitarbeiterin, RAI Katharina Heinlein, von den hochmodernen und innovativen Lösungen, die das LGAD-Mitglied J+K im Bereich der Automatisierung, Robotik und Fördertechnik anbietet. So vertreibt J+K unter anderem anwenderfreundliche Leichtbauroboter, die einfach programmiert und flexibel eingesetzt werden können, ob beim Kommissionieren, Montieren oder Palettieren (u.v.m.).

Ergänzt wird das Angebot durch mobile, selbstfahrende Roboter (AGV's), die sich optimal zur Automatisierung innerbetrieblicher Transportaufgaben eignen. Weiterhin bietet J+K ein breites Programm für die Intralogistik

wie Bodenroller, Lifter und Transportwagen oder individuelle Arbeitsplatzsysteme. Das Unternehmen ist seit über 57 Jahren Mitglied im LGAD, hat seinen Hauptsitz in Altdorf bei Nürnberg und unterhält weitere Standorte in München und Gera. Auf beiliegendem Firmenprofil stellen wir Ihnen J+K ausführlich vor.



J+K Geschäftsführer Steffen Künster im Gespräch: „Unsere Lösungen finden auch in Logistik- und Großhandelsunternehmen Verwendung und unterstützen deren Prozesse, vor allem bei schwierigen und körperlich anstrengenden Arbeiten“.

Terminvorschau

7. Mai	BIHK-Europaforum: Diskussionsveranstaltung mit Parteien über Europapolitik, München (www.ihk-muenchen.de)
10. Mai	2. Tarifverhandlungsrunde im bayerischen Groß- und Außenhandel, München (www.lgad.de)
23./24. Mai	LGAD Fachzweig Heim & Farbe, Iphofen (www.lgad.de)
26. Mai	Wahl zum Europäischen Parlament – Informationen für Wähler (www.bundeswahlleiter.de)
4. – 7. Juni	transport logistik 2019 – Internationale Fachmesse für Logistik, Mobilität, IT und Supply Chain Management, München (www.transportlogistic.de)
4. Juli	LGAD-Mitgliederversammlung und Verbandstag, München (www.lgad.de)

Zum Gespräch im bayerischen Familien-, Arbeits- und Sozialministerium



LGAD-Präsident Christoph Leicher und Hauptgeschäftsführer Frank Hurtmanns hatten Ende März einen Gesprächstermin bei der Bayerischen Staatsministerin für Familie, Arbeit und Soziales, Kerstin Schreyer, zum Gedankenaustausch und zur Abstimmung von gegenseitigen Positionen.

Dabei wurden insbesondere aktuelle Themen wie die Herausforderungen der heutigen Arbeitswelt in Zeiten von Digitalisierung, Globalisierung und demografischem Wandel angesprochen. LGAD-Präsident Leicher sprach sich dafür aus, dass die Veränderungen in der Arbeitswelt auch zu Veränderungen bei den Rahmenbedingungen führen müssten, um beispielsweise die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu erleichtern, die Zunahme von mobilem Arbeiten oder Teilzeitregelungen für beide Seiten erfolgreich

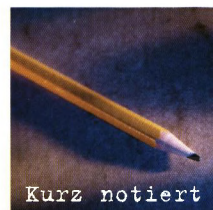
zu gestalten. LGAD-Hauptgeschäftsführer, Frank Hurtmanns, ging dabei insbesondere auf die Notwendigkeit einer stärkeren Flexibilisierung der Arbeitszeit ein. Das deutsche Arbeitszeitgesetz sei veraltet und würde den Anforderungen einer modernen Arbeitszeitgestaltung nicht mehr gerecht werden. Daher unterstütze man die Kampagne der vbw zur Flexibilisierung der Arbeitszeit.

Dass Veränderungen notwendig werden, erkannte auch Arbeitsministerin, Kerstin Schreyer, betonte aber, dass dabei sowohl berechnete Arbeitgeberinteressen als auch Arbeitnehmerinteressen gleichermaßen berücksichtigt werden müssten. Die Bedeutung der Tarifautonomie und die gemeinsame Gestaltung der Arbeitsbedingungen durch die Sozialpartner waren weitere Schwerpunkte des Austausches.

LGAD Fachzweig „Feuerwehrbedarf“



Zu ihrer Jahrestagung trafen sich am 23. April die Mitglieder des Branchenfachzweigs „Feuerwehrbedarf“ in den Räumen des LGAD Bayern e.V. Einmal jährlich tauschen sich die Großhändler über die wirtschaftliche Entwicklung in der Branche aus und erhalten von Mitarbeitern des Bayerischen Innenministeriums Informationen aus erster Hand, zu Förderrichtlinien, (Sonder-)Förderprogrammen und technischen Vorgaben für Feuerwehren in Bayern. Auch für 2019 stellt der Freistaat wieder neue Mittel zur Verfügung, um die Arbeit insbesondere der vielen freiwilligen Feuerwehren zu unterstützen. Interessierte LGAD-Mitglieder und Gäste sind im Fachzweig jederzeit willkommen, melden Sie sich einfach in der Geschäftsstelle München.

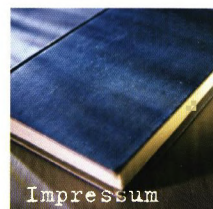


Kurz notiert

100 Jahre Bayerisches Wirtschaftsministerium

Nach dem Ende der Monarchie und der Ausrufung des Freistaates Bayern wurde am 3. April 1919 erstmalig ein „Bayerisches Staatsministerium für Handel, Industrie und Gewerbe“ gegründet. Seitdem hat sich die bayerische Wirtschaft sehr stark verändert. Anlässlich des Jubiläums fand am 8. April im Beisein zahlreicher ehemaliger Ministerinnen und Minister ein Festakt im Wirtschaftsministerium statt, auch um einen Blick in die Zukunft bayerischer Wirtschaftspolitik zu werfen.

Weitere Hintergrundinformationen und Bilder von der Veranstaltung können Sie unter www.stmwi.bayern.de einsehen.

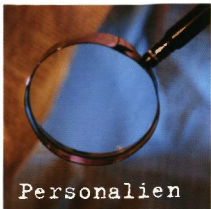


Impressum

Erscheinungsweise: zweimonatig
Verleger: Wirtschaftshilfe des Bayerischen Groß- und Außenhandels GmbH
Alleiniger Gesellschafter: Landesverband Groß- und Außenhandel, Vertrieb und Dienstleistungen Bayern e.V.
Verantwortlich für Redaktion und Anzeigenteil: Agnes Krafft und Helmut Ruhland
Grafik: Newsletter Nick Hermanns, München
Druck: Typobierl Satz & Druck GmbH, München

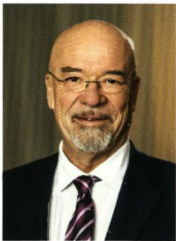
Hauptgeschäftsstelle:
 Max-Joseph-Str. 5, 80333 München
 Postfach 201337, 80013 München
 Tel. (089) 54 59 37 – 0
 Fax: (089) 54 59 37 – 30
info@lgad.de
www.lgad.de

Geschäftsstelle Nürnberg:
 Sandstr. 29, 90443 Nürnberg
 Tel.: (0911) 20 31 80
 Fax: (0911) 22 16 37
nuernberg@lgad.de



Stabwechsel an der Spitze von bayme vbm

Die bayerischen Metall- und Elektro-Arbeitgeberverbände bayme vbm haben auf deren Mitgliederversammlung am 12. April einen neuen Präsidenten gewählt. Wolfram Hatz folgt Alfred Gaffal nach, der sein Amt zur Verfügung gestellt hat: „Nach sechs Jahren meines Engagements als Präsident von bayme vbm ist es Zeit für einen Generationenwechsel. Wolfram Hatz ist ein profilierter Familienunternehmer mit ausgewiesener Verbandserfahrung, der bereits seit 2004 Vizepräsident von bayme vbm ist“, so Alfred Gaffal bei der Mitgliederversammlung.



Wolfram Hatz



Alfred Gaffal

Hatz auch als neuer vbw – Präsident nominiert

Hatz ist auch als neuer Präsident unseres Dachverbandes vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. nominiert. Die Wahl soll am 8. Mai auf der vbw-Mitgliederversammlung erfolgen. Wolfram Hatz (57) hat die 1880 gegründete Motorenfabrik Hatz GmbH & Co. KG mit Sitz in Ruhstorf an der Rott viele Jahre als Geschäftsführer erfolgreich geleitet. Seit Beginn seiner Tätigkeit bei Hatz ist er auch ehrenamtlich für die bayerischen Arbeitgeberverbände in Niederbayern tätig. Er war zudem lange Jahre Mitglied der Tarifkommission des vbm.

Kräuter Mix GmbH schreibt 100 Jahre Firmengeschichte

Das mittlerweile in der dritten und vierten Generation inhabergeführte Familienunternehmen aus Abtswind (Landkreis Kitzingen) feiert sein 100-jähriges Firmenbestehen. Als Herstellungs- und Handelsunternehmen für hochwertige pflanzliche Rohstoffe ist Kräuter Mix Partner für die Lebensmittel- und pharmazeutische Industrie, in der Tiernahrung und für den Handel. Gewerbeverbindend versorgt das Unternehmen als Zulieferer die Industrie und den Handel. Dabei ist sie ebenso im Import wie im Export aktiv und trägt für 420 Angestellte vor allem aus der Region Mainfranken Verantwortung. Seiner Kundschaft bietet Kräuter Mix ein umfangreiches Produktspektrum: Trocken Gemüse, Gewürze, Küchenkräuter, Trockenpilze sowie Gewürzmischungen, weiterhin auch Kräuter- und Früchteeismischungen und Tee-Einzelzutaten sowie Heilkräuter und Arzneitees in nahezu allen



Die Geschäftsführung der Kräuter Mix GmbH (von links): Christoph Mix, Bernhard Mix und Silke Wurlitzer

Bearbeitungs- und Veredelungsformen, sowohl aus dem konventionellen als auch kontrolliert biologischen Anbau (www.kraeuter-mix.de). Da für die Kunden Sicherheit und Kompetenz entscheidend sind, setzt Kräuter Mix nicht einseitig auf Technologie, sondern auch auf gut ausgebildetes Personal und firmeneigenes „Know-how“.

GCA projektmanagement + consulting GmbH aus Nürnberg wurde 40!



Der geschäftsführende Gesellschafter Friedrich Hörauf berichtete u.a. über die Unternehmensgeschichte

Seit 1979 steht die GCA GmbH als Ingenieurbüro mit 40 hochqualifizierten Mitarbeitern für Erfahrung und ein breit gefächertes Fachwissen und übernimmt alle Aufgaben der Bauprojektierung, angefangen von der Planung und der Vertragsgestaltung bis hin zur Bauüberwachung und Gutachtenerstellung. 40 Jahre sind ein beeindruckendes Zeugnis für die Beständig-

keit des Unternehmens – Anlass genug mit geladenen Gästen im Rahmen des jährlich stattfindenden Infotages am 29. März im Marmorsaal des Nürnberger Presseclubs zu feiern. GCA ist seit über 15 Jahren Mitglied im LGAD und plant auch Projekte für den Großhandel, siehe auch www.gca-projekte.de.



Liebe Mitglieder,
sehr geehrte Damen
und Herren,

mit der Europawahl am 26. Mai haben die Bürger mit ihrer hohen Wahlbeteiligung gezeigt, wie wichtig ihnen die Errungenschaften dieser Union sind. Das ist für die weitere wirtschaftliche Zusammenarbeit innerhalb des europäischen Wirtschaftsraumes ein positives Statement, gerade auch für den für uns Groß- und Außenhändler so wichtigen europäischen Binnenmarkt.

Im LGAD-Jahresablauf wird mit dem öffentlichen Verbandstag und unserer Mitgliederversammlung am 4. Juli ein weiterer Höhepunkt anstehen. Dies gibt uns die Gelegenheit, sich wieder einmal im Kreis von Gleichgesinnten auszutauschen, neue Kontakte zu knüpfen sowie über die Ausrichtung der Verbandsarbeit und neue Themen zu informieren. Weiterhin gilt es für die kommende Wahlperiode bis 2023 die Vertreter in unseren Gremien zu bestellen.

Für den öffentlichen Teil ist es gelungen, ein interessantes Programm auf die Beine zu stellen. „Digitalisierung verändert alles - Das Erfolgsmodell Groß- und Außenhandel auf dem Prüfstand“ lautet das Thema, das uns alle herausfordert. Es erwartet Sie ein interessanter Mix aus Expertenbeiträgen, Erfahrungsberichten sowie Diskussionen. Den thematischen Nachmittag wollen wir so informativ und abwechslungsreich wie möglich gestalten. Sichern Sie sich daher mit beiliegender Programmanmeldung baldmöglichst Ihren Platz.

Ihr
Christoph Leicher
LGAD-Präsident



Im Nachgang - Thema des Monats

Europawahl 2019 – Ein klares Votum für die EU



©pixelio, Tim Reckmann

Mit der erfreulich hohen Wahlbeteiligung haben die EU-Bürger die Relevanz der Wahl anerkannt und dem Parlament seine Legitimation versichert. Nur mit einer starken EU können wir uns künftig als eigenständiger Player gegen die USA und China behaupten.

Die großen Volksparteien büßen deutlich ein, während die Grünen und Liberalen die Wahlen klar für sich entscheiden können. Die radikalen Kräfte in Deutschland haben schlechter abgeschnitten als erwartet. In einigen anderen EU-Ländern, allen voran Frankreich, Italien und dem Vereinigten Königreich, legen die rechtspopulistischen Kräfte allerdings zu und werden vermutlich mehr Einfluss im Parlament haben als je zuvor: sollten sie wie angekündigt eine Fraktion gründen, könnte diese mehr als 100 Sitze haben.

Besonders eindeutig sind die Wahlergebnisse jedoch nicht. Erstmals seit 1979 werden die zwei größten Blöcke, die Europäische Volkspartei und die Fraktion der Sozialdemokraten, wohl ohne eine Mehrheit dastehen. Dementsprechend herausfordernd könnte die Suche nach Mehrheiten im Parlament nun werden: Wird es eine Koali-

tion aus drei oder vier Gruppen geben? Wie werden sich die Grünen positionieren? Werden sie sich der Koalition anschließen und wenn ja, unter welchen Konditionen? Die EVP kann selbst mit den Grünen und den Liberalen gemeinsam kaum eine Mehrheit bilden. Ähnlich verhält es sich mit den Sozialdemokraten, Liberalen und Grünen. Auf eine stabile Mehrheit würden lediglich Sozialdemokraten, EVP und Liberale kommen. Auch wenn sich das Machtverhältnis im Europäischen Parlament verlagert, ist die EU bei den Europawahlen 2019 nochmal mit einem blauen Auge davongekommen. Besonders erfreulich ist die hohe Wahlbeteiligung unter den jungen Wählern. Dies ist eine neue Chance für die EU, die nächsten Generationen weiter für die europäische Idee zu begeistern. Nun muss es oberste Priorität haben, die EU und ihre Institutionen zu reformieren. Gleichzeitig muss Europa seinen Aufgaben als relevanter Player in der internationalen Politik gerecht werden. Wichtige Themen, wie insbesondere die Stärkung des EU-Binnenmarkts und des Subsidiaritätsprinzips, müssen rasch angegangen werden.

Fortsetzung auf S.2



Kurz notiert

Experte: Grundrente teurer als veranschlagt

Die von Bundesarbeitsminister Hubertus Heil (SPD) angekündigte Einführung einer Grundrente ohne Bedürftigkeitsprüfung kostet fast doppelt so viel, wie von ihm veranschlagt. Das ergaben Berechnungen des Finanzwissenschaftlers Bernd Raffelhüschen im Auftrag der Stiftung Marktwirtschaft, der schon im Jahr der Einführung 2021 Mehrkosten in Höhe von rund sieben Milliarden Euro errechnete. Heil gibt die zusätzlichen Ausgaben für das erste Jahr dagegen mit 3,8 Milliarden an. Über die Grundrente war innerhalb der großen Koalition zuletzt ein heftiger Streit ausgebrochen.

Wettbewerb um Spitzenkräfte

Aufstiegshürden, begrenzte Einkommensaussichten und hohe Steuern werfen Deutschland im Wettbewerb um die besten Köpfe zurück. Das zeigt eine aktuelle Studie der OECD und der Bertelsmann Stiftung. In einer Rangliste der 35 OECD-Länder erreicht Deutschland den zwölften Platz, wenn es um die Anziehungskraft für hochqualifizierte Akademiker geht. Besser schneidet es als Zielland für Studenten und für Unternehmer ab. Ein großes Manko sehen die Forscher darin, dass ausländische Bildungsabschlüsse auf dem hiesigen Arbeitsmarkt häufig stark abgewertet werden.

Situation auf dem Arbeitsmarkt

Während die Bundesagentur für Arbeit (BA) die Arbeitsmarktzahlen für Mai 2019 mit einem Anstieg auf 2,236 Mio. Arbeitslose (4,9 Prozent) gemeldet hat, sank die Quote in Bayern von April auf Mai nochmals um 0,1 Punkte auf 2,7 Prozent. Demnach waren im Mai 2019 226 Menschen im Freistaat ohne Job. Das ist der niedrigste Wert für den Monat Mai seit 1991. Deutschlandweit machen sich jedoch die ersten Spuren der konjunkturellen Abkühlung bemerkbar.

Fortsetzung von Seite 1:

Und wie geht es in Brüssel jetzt weiter?



©pixelio, Tim Reckmann

Im Juni werden die Parteien im EU-Parlament Fraktionen bilden und die Vorsitzenden der Parlamentsgruppen bestimmen. Auch wird man bemüht sein, sich auf einen Vorschlag für den neuen EU-Kommissionspräsidenten zu einigen. Dafür ist eine qualifizierte Mehrheit – 55 Prozent der Mitgliedstaaten, die mindestens 65 Prozent der EU-Bevölkerung vertreten – für einen Kandidaten nötig. Im Juli kommt das EU-Parlament zu seiner konstituierenden Sitzung zusammen, um den Parlamentspräsidenten zu wählen. Mitte Juli könnte das EP über die Ernennung des neuen EU-Kommissionspräsidenten abstimmen. Hierfür ist eine Mehr-

heit der Parlamentsmitglieder nötig. Im Herbst muss auch der EU-Ratspräsident gewählt werden, der die Gipfel der Staats- und Regierungschefs organisiert. Dazu kommen die Posten der 28 EU-Kommissare. Am 1. November wird die neue EU-Kommission ihr Amt antreten und ab Dezember wird auch der neue EU-Ratspräsident seine Arbeit aufnehmen. Bisher ist noch offen, wer die Spitzenpositionen der EU-Institutionen besetzen wird.

Den ausführlichen Bericht erhalten Sie auf www.bga.de unter der Rubrik „Fokus“.

Von Desirée Landerer,
Europakoordinatorin beim BGA, Berlin

Neues Traineeprogramm speziell für den Großhandel

„Inside Sales Manager/-in“ für Quereinsteiger in den Vertriebsinnendienst



NÄHER AM MÖGLICHEN

Zusammen mit Firmenkunden aus dem Großhandel hat die Akademie Handel ein Traineeprogramm entwickelt und erprobt, das gezielt Quereinsteiger zu Profis für den Großhandelsvertrieb qualifiziert. Menschen mit Verkaufstalent, aber ohne Vertriebserfahrung, sind nun auch interessante Kandidaten für offene Positionen im Vertrieb, wo sie vom ersten Tag an Teil des Teams sind.

Das Traineeprogramm ist auf 12 Monate angelegt. Im theoretischen Teil werden die Teilnehmer in der Akademie in 12 Trainingstagen zum „Inside Sales Manager/-in“ ausgebildet. In vier Modulen werden folgende

Schwerpunkte gesetzt: Betriebswirtschaftliche Grundlagen für den Vertrieb, Vertriebs- und Telefontraining (Grundlagen und Aufbaustufe), Präsentations- und Moderationstechnik.

Praxis und Theorie wechseln sich ab. So ist sichergestellt, dass erlerntes Fachwissen unmittelbar im Unternehmen umgesetzt wird. Weitere Informationen erteilt Peter Stolpe, Telefon 089 55145 36, peter.stolpe@akademie-handel.de.

Die Inhalte des Programms finden Sie auf der Website der Akademie Handel unter: www.akademie-handel.de/weiterbildung/inside-sales-manager.

Berufliche Bildung

Gesetzentwurf zur Mindestausbildungsvergütung

Das Bundeskabinett hat am 15. Mai 2019 das Berufsbildungsmodernisierungsgesetz (BBiMoG) beschlossen. Zentrale Punkte sind: Einführung einer Mindestausbildungsvergütung sowie neuer Abschlussbezeichnungen für Fortbildungen und Änderungen beim Prüfungswesen. Der Entwurf sieht u.a. die Einführung einer Mindestausbildungsvergütung (MiAV) zum 1. Januar 2020 vor. Diese soll für das erste Ausbildungsjahr 515 Euro betragen und bis 2023 jährlich um 35 Euro auf 620 Euro und danach entsprechend der Tarifentwicklung steigen. Für das zweite und dritte Ausbildungsjahr ist ein Anstieg der Vergütung um 18 Prozent bzw. 35 Prozent vorgesehen. Damit folgt die Bundesregierung einem gemeinsamen Vorschlag von BDA und DGB zur Höhe der Ausbildungsvergütung. Die Erhöhungen für das zweite und dritte Ausbildungsjahr weichen allerdings erheblich vom Vorschlag von BDA und DGB ab, der Steigerungen von je 100 Euro vorsah.

Die Gestaltung bleibt maßgeblich Sache der Sozialpartner

Tarifvertragliche Vereinbarungen zur Ausbildungsvergütung sollen weiterhin ohne



Einschränkung Vorrang vor der gesetzlichen Mindestausbildungsvergütung haben. Dadurch soll sichergestellt werden, dass die Tarifpartner bei der Festlegung von Vergütungsregelungen weiter branchenspezifischen sowie regionalen Gegebenheiten Rechnung tragen können.

Neue Bezeichnungen für Fortbildungsabschlüsse

Bisher werden die Bezeichnungen für Fortbildungsabschlüsse in Neuordnungsverfahren maßgeblich durch die Sozialpartner festgelegt. Künftig sollen gemäß Entwurf die Abschlussbezeichnungen von Fortbil-

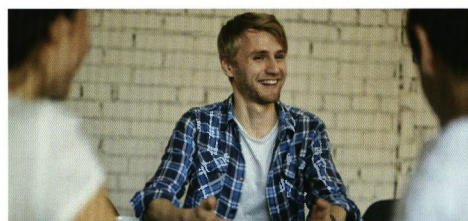
dungen auf der zweiten Stufe (Beispiel: Fachwirt, Industriemeister) mit dem Ausdruck „Bachelor Professional in/im“ und Bezeichnungen auf der dritten Stufe (Beispiel: Betriebswirt) mit dem Terminus „Master Professional in/im“ beginnen. Die bereits etablierten Fortbildungsbezeichnungen oder von den Sozialpartnern neu geschaffene Begriffe können den neuen Bezeichnungen vorangestellt werden, wenn ein „besonderes öffentliches Interesse“ besteht. Dieser Vorschlag ist entschieden abzulehnen und schränkt den Handlungsspielraum der Sozialpartner signifikant ein, denen es vorbehalten bleiben muss, ob sie an etablierten Abschlussbezeichnungen festhalten oder nicht. Ein tragbarer Kompromiss wäre, dass die etablierten Abschlussbezeichnungen erhalten bleiben und die neuen Bezeichnungen lediglich nachgelagert aufgeführt werden (Beispiel: Handelsfachwirt – Bachelor Professional im Handel).

Unsere Spitzenvertretung BGA in Berlin (www.bga.de) wird sich im Gesetzgebungsverfahren entsprechend positionieren. Über das weitere Verfahren werden wir fortlaufend informieren.

Neu an der Akademie Handel

Bachelor of Science Handelsmanagement in nur einem Jahr

Ab 1. Oktober 2019 erweitert die Akademie Handel, in Kooperation mit der TRIAGON Akademie, ihr akademisches Angebot um den international anerkannten und akkreditierten Bachelor of Science (B. Sc.) Handelsmanagement. Das berufsbegleitende Studium ist als Top-Up-Studium aufgebaut und dauert nur ein Jahr. Der Studiengang bietet Großhandelsunternehmen die Möglichkeit, neue Perspektiven für Mitarbeiter zu schaffen und junge Talente an das Unternehmen zu binden. Mit nur elf Präsenzta-



gen und Online-Lerneinheiten ist das Studium optimal mit dem Beruf vereinbar und es entstehen kaum Fehlzeiten. Weitere Informationen zum neuen Bachelor-Studiengang finden Sie unter www.akademie-handel.de. Hier finden Sie auch die Termine der Informationsveranstaltungen in München, Nürnberg, Regensburg und Würzburg.

Tarifverdienste steigen spürbar

Die Tarifbeschäftigten in Deutschland haben im ersten Quartal 2019 im Schnitt mehr im Geldbeutel gehabt. Einschließlich Sonderzahlungen wie Leistungsprämien stiegen die Verdienste um 2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal, wie das Statistische Bundesamt mitteilte. Die Inflation legte dagegen nur um 1,4 Prozent zu.

LGAD-Fachzweig Heim & Farbe – Jahrestagung in Iphofen



Vertrieb und Neukundengewinnung waren die zentralen Themen der diesjährigen Fachzweig-Jahrestagung der Farbengroßhändler im LGAD am 23. und 24. Mai.

Neben dem Austausch über die derzeitige Lage in der Branche zeigte der Großhandels-

Betriebsberater Richard Hartl vielseitige Möglichkeiten der Neukundengewinnung in Großhandelsunternehmen auf: „Die Neukundengewinnung ist seit jeher ein Stiefkind. Entscheidend für den Erfolg ist eine strukturierte Herangehensweise und langfristige Strategie“.

Traditionsgemäß trafen sich die Heim & Farbe Großhändler im LGAD zu ihrer Mitgliederversammlung und Jahrestagung im fränkischen Iphofen. Dabei stand insbesondere der Erfahrungsaustausch untereinander im Mittelpunkt. Einen wirtschaftlichen Engpass erleben die Mitglieder – wie derzeit alle Unternehmen – durch den Fachkräftemangel auf allen Ebenen. Das Geschäft könnte deutlich ausgeweitet werden, fände man nur die entsprechenden Mitarbeiter. Ange-

fangen von guten Vertriebsleuten, Berufskraftfahrern oder Auszubildenden findet man kaum noch neue Mitarbeiter auf dem Markt. Das führt zu Umschichtungen und Überstunden in den Betrieben.

Da kam das Angebot der Akademie Handel mit einem neuen Trainee Programm für Quereinsteiger in den Großhandelsvertrieb gerade recht. Peter Stolpe, Firmenkundenberater bei der Weiterbildungstochter des Verbandes stellte das erfolgreich erprobte Konzept vor, welches auch im Pool von mehreren Unternehmen durchgeführt werden kann, siehe dazu auch das Angebot auf Seite 2. Die nächste Sitzung im Jahr 2020 wird am 28./29. Mai stattfinden. Interessierte Mitglieder der Branche sowie Gäste sind herzlich eingeladen.

Aktuelle Rechtsprechung

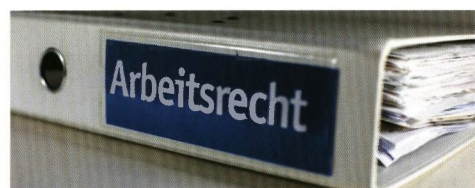
Unwirksamkeit eines Aufhebungsvertrags

ist noch nicht gegeben, nur weil der eine Auflösungsvereinbarung anstrebende Arbeitgeber dem Arbeitnehmer weder eine Bedenkzeit noch ein Rücktritts- oder Widerrufsrecht einräumt. Auch eine Ankündigung des Unterbreitens einer Aufhebungsvereinbarung ist nicht erforderlich.

Eine Verhandlungssituation ist vielmehr erst dann als unfair zu bewerten, wenn eine psychische Drucksituation geschaffen oder ausgenutzt wird, die eine freie und überlegte Entscheidung des Vertragspartners erheblich erschwert oder sogar unmöglich macht. Denkbar ist auch die Ausnutzung einer objektiv erkennbaren körperlichen oder psychischen Schwäche oder unzurei-

chender Sprachkenntnisse. Die Nutzung eines Überraschungsmoments kann ebenfalls die Entscheidungsfreiheit des Vertragspartners beeinträchtigen (Überrumpelung). Letztlich ist die konkrete Situation im jeweiligen Einzelfall am Maßstab des § 241 II BGB zu bewerten und von einer bloßen Vertragstreue abzugrenzen.

Rechtsfolge: Liegt ein schuldhafter Verstoß gegen das Gebot fairen Handelns im Sinne einer Nebenpflichtverletzung gem. § 241 II BGB vor, ist der Aufhebungsvertrag im Regelfall unwirksam und führt unmittelbar zu einem Entfall der Rechtswirkungen des Aufhebungsvertrags und damit zu einer Fortsetzung des ursprünglichen Arbeitsverhältnisses.



Ein Aufhebungsvertrag ist unwirksam, wenn er unter Missachtung des Gebots fairen Handelns zustande gekommen ist (BAG, Urt. Vo. 7.2.2019 – 6 AZR 75/18).

Bei Verhandlungen über den Abschluss eines Aufhebungsvertrags kann eine Seite gegen ihre Rücksichtnahmepflicht verstoßen, wenn sie eine Verhandlungssituation herbeiführt oder ausnutzt, die eine unfaire Behandlung des Vertragspartners darstellt. Es geht dabei um das Gebot eines Mindestmaßes an Fairness im Vorfeld des Vertragschlusses. Eine rechtlich zu missbilligende Einschränkung der Entscheidungsfreiheit

Praxistipp:

Geben Sie dem Arbeitnehmer eine Bedenkzeit (Erklärungsfrist) zum Aufhebungsangebot des Arbeitgebers von wenigen Tagen, um mögliche Risiken beim Abschluss eines Aufhebungsvertrags zu minimieren.

Terminvorschau

4. Juli	LGAD-Mitgliederversammlung und öffentlicher Verbandstag, München (www.lgad.de)
10. Juli	Asien-Pazifik-Forum Bayern 2019, Fürth (www.apf-bayern.de)
15., 17., 23. Juli	Beschäftigung von ausländischen Arbeitskräften nach dem neuen Fachkräfteeinwanderungsgesetz, Würzburg, München, Nürnberg (www.lgad.de)
17. + 18. Juli	Zollforum Bayern, München + Nürnberg (www.zollforumbayern.de)
24. Oktober	Münchner Exportkontrolltag (www.ihk-muenchen.de/de/Service/Internationalisierung/Zoll/Exportkontrolltag.html)



Information Rechtsprechung

EuGH verlangt Arbeitszeiterfassung

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat mit Urteil vom 14. Mai 2019 entschieden, dass die EU-Mitgliedstaaten die Arbeitgeber dazu verpflichten müssen, die Arbeitszeit ihrer Arbeitnehmer systematisch zu erfassen. Die Ausgestaltung bleibt den Mitgliedstaaten überlassen.

Die Arbeitgeber müssen demnach verpflichtet werden, ein objektives, verlässliches und zugängliches System einzurichten, um die von jedem Arbeitnehmer täglich geleistete Arbeitszeit zu erfassen. Nach Ansicht des EuGH ist die Arbeitszeiterfassung für die Kontrolle der Einhaltung der Arbeitszeitregeln unerlässlich, anderenfalls wäre das Ziel des Gesundheitsschutzes der Arbeitnehmer gefährdet. Konkrete Modalitäten zur Umsetzung lieferte der EuGH jedoch nicht. Nicht ausreichend sei es, wenn Arbeitgeber lediglich verpflichtet seien, die Überstunden aufzuzeichnen.

Denn mit einem solchen System werde nicht verlässlich erfasst, wie lange der Arbeitnehmer täglich oder wöchentlich gearbeitet habe.

Was bedeutet das für deutsche Unternehmen?

Die partielle Arbeitszeiterfassung, wie sie § 16 Abs. 2 ArbZG regelt (Arbeitszeiterfassung nur für die über 8 Stunden hinausgehende werktägliche Arbeitszeit) ist demzufolge i.S.d. Rechtsprechung des EuGH unzureichend. Allerdings ist auch festzustellen, dass der EuGH das Schutzniveau der Arbeitnehmer materiell nicht ausweitet und die Anforderungen an Höchstarbeitszeiten und Ruhepausen nicht verschärft werden. Soweit Arbeitgeber ihre Beschäftigten im Einklang mit den Anforderungen des Arbeitszeitrechts beschäftigt haben, entstehen nunmehr ebenfalls Kosten durch ggf. neue Dokumentationssysteme.

KLARText

Ungemach droht vom EuGH zum Arbeitszeitgesetz

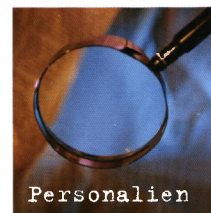
Dieses Mal droht Ungemach für die deutsche Wirtschaft nicht von der Gesetzgebung, sondern von der europäischen Rechtsprechung. Der EuGH hat entschieden, dass die EU-Mitgliedstaaten die Arbeitgeber dazu verpflichten müssen, die Arbeitszeit ihrer Arbeitnehmer systematisch zu erfassen.

Leider geht es dabei nicht nur den schwarzen Schafen an den Kragen. Wieder einmal werden alle Arbeitgeber – diesmal länderübergreifend – unter Generalverdacht gestellt, nicht ordnungsgemäß Mehrarbeit und Überstunden zu vergüten. Dafür wird erneut ein Bürokratiemonster geschaffen.

Die positive Arbeitszeiterfassung wird auch in Deutschland kommen, bestenfalls mit

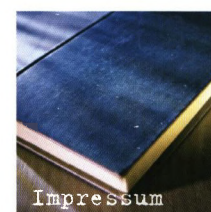
Mitarbeitergrenzen und Ausnahmen für kleine und mittlere Unternehmen. Die 11 Stunden Regelung zur Ruhezeit dürfte in Europa und Deutschland unantastbar sein. Geklärt werden muss aber, ab wann Ruhezeit beginnt bzw. unterbrochen wird. Das deutsche Arbeitszeitgesetz (ArbZG) muss nun geändert werden, die täglichen Arbeitszeithöchstgrenzen von durchschnittlich 8 bzw. max. 10 Stunden pro Tag sind nun endgültig nicht mehr tragbar. Regierung und Gesetzgeber sind nun gefordert, Schlimmeres zu verhüten und durch angemessene wirtschaftsfreundlichere Regelungen Beschäftigungssicherung zu betreiben.

Ihr Frank Hurtmanns



Leicher ins vbw-Präsidium berufen

In Sachen Personalien gratulieren wir unserem Präsidenten Christoph Leicher, der die Interessen der bayerischen Groß- und Außenhändler nun auch im Präsidium unseres bayerischen Dachverbandes, der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft, vertreten wird. Als LGAD-Vorsitzender wurde Christoph Leicher auf der letzten vbw- Mitgliederversammlung ins vbw-Präsidium kooperiert. Im Rahmen des Stabwechsels in der vbw von Alfred Gaffal auf den neuen Präsidenten Wolfram Hatz (wir berichten) ist auch eine Neuaufstellung des Präsidiums erfolgt. Der LGAD als wichtiger bayerischer Verband ist dort nun mit einer Stimme vertreten.



Erscheinungsweise: zweimonatig

Verleger: Wirtschaftshilfe des Bayerischen Groß- und Außenhandels GmbH

Alleiniger Gesellschafter:

Landesverband Groß- und Außenhandel, Vertrieb und Dienstleistungen Bayern e.V.

Verantwortlich für Redaktion und Anzeigenteil:

Agnes Krafft und Helmut Ruhland

Grafik: Newsletter Nick Hermanns, Bad Aibling

Druck: Typobierl Satz & Druck GmbH, München

Hauptgeschäftsstelle:

Max-Joseph-Str. 5, 80333 München

Postfach 201337, 80013 München

Tel. (089) 54 59 37 – 0

Fax: (089) 54 59 37 – 30

info@lgad.de

www.lgad.de

Geschäftsstelle Nürnberg:

Sandstr. 29, 90443 Nürnberg

Tel.: (0911) 20 31 80

Fax: (0911) 22 16 37

nuernberg@lgad.de



Importpreise im April gestiegen

Die Importpreise waren im April um 1,4 Prozent höher als im April 2018. Im März hatte die Veränderungsrate gegenüber dem Vorjahr bei +1,7 Prozent gelegen, im Februar bei +1,6 Prozent. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) weiter mitteilt, stiegen die Importpreise im April gegenüber März 2019 im Durchschnitt um 0,3 Prozent.

US Sanktionen gegen Huawei

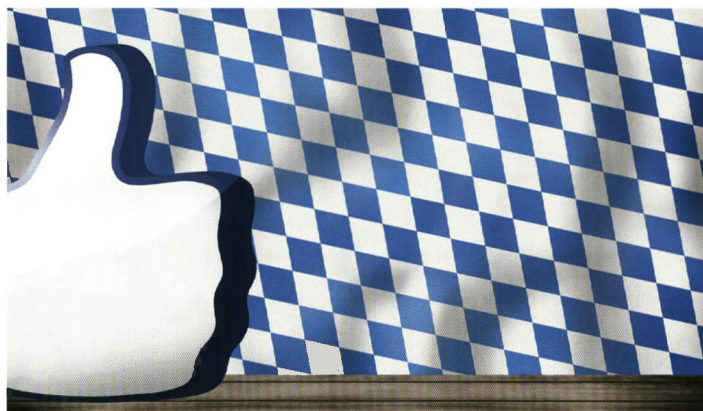
Die bereits am 16. Mai vom U.S.-Handelsministerium angekündigte „Huawei and Affiliates Entity List Rule“ ist mit Wirkung zum 16. Mai 2019 veröffentlicht worden. Mit dieser Regelung wurden die Huawei Technologies Co. und 68 verbundene Huawei-Unternehmen in 26 Ländern in die sog. „Entity List“ aufgenommen, u.a. auch die Huawei Technologies Deutschland GmbH. Am 22. Mai 2019 wurde ergänzend eine sog. Temporary General License (TGL) veröffentlicht, mit der bestimmte, an sich nunmehr genehmigungsbedürftige, Geschäfte mit Huawei für 90 Tage lizenziert wurden.

A1-Bescheinigung bleibt bestehen

Die geplante Ausnahmeregelung für Dienstreisen ins EU-Ausland bis zu einer Woche ist vorerst gescheitert. Somit gilt weiterhin das Erfordernis zum Mitführen einer A1-Bescheinigung, selbst wenn keinerlei Dienstleistung oder Warenlieferung durch den Mitarbeiter erbracht werden. Bereits ab dem ersten Tag ist diese Bescheinigung vorzulegen. Was ursprünglich zur Bekämpfung von Schwarzarbeit und Lohndumping gut gemeint war, hat sich zu einem Bürokratiemonster entwickelt, das unbedingt einer Änderung bedarf. Zusammen mit dem Bundesverband BGA werden die Landesverbände auf die notwendigen Abänderungen hinwirken.

Außenhandelszahlen im ersten Quartal

Bayerische Wirtschaft freut sich über positive Zahlen



Die bayerischen Ausfuhren haben sich im ersten Quartal 2019 stabilisiert. Die bayerische Wirtschaft exportierte in diesem Zeitraum Waren im Wert von 47,8 Milliarden Euro. Das entspricht einem Plus von 0,2 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Das sind gute Nachrichten für die bayerische Wirtschaft und Konjunktur, auch wenn die bayerischen Ausfuhren bei PKWs und Wohnmobilen im ersten Quartal 2019 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stärker zurückgegangen sind.

Hier schlug ein Minus von 9,4 Prozent zu Buche. Die Exporte haben sich stabilisiert, internationale Handelskonflikte wirken aber kontraproduktiv.

Transformation der Automobilbranche

Der Bayerische Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger äußerte sich zu den Zahlen: „Unabhängig von dieser Absatzdelle gilt es, jetzt die Transformation der Automobil-



Eine tun ohne das Andere zu lassen. Also, Elektromobilität und erneuerbares Gas vorantreiben und trotzdem den Verbrennungsmotor verbessern, anstatt ihn völlig abzuschaffen.“

branche aktiv zu begleiten. Wir müssen endlich aufhören, den Verbrenner schlecht zu reden. Wir müssen im Antriebsbereich das

erklärt der Minister: „Immer neue Dokumentationspflichten tragen nicht zur gewünschten Flexibilität bei der Arbeitszeit bei.“ Er werde sich im Interesse der Arbeitgeber wie Arbeitnehmer für einfache, unbürokratische Lösungen einsetzen.



Fristverlängerung für mögliche Sonderzölle

„Die aktuellen internationalen Handelskonflikte sind Gift für die globale Konjunktur. Protektionistische Maßnahmen schaden am Ende allen“. Zu den von den USA vorerst ausgesetzten Zöllen auf Autoimporte erklärte BGA-Präsident Dr. Holger Bingmann:

„Gott sei Dank, dass die an den Haaren herbeigezogenen Sonderzölle vorerst nicht in Kraft treten. Das ist allerdings noch kein Grund, Entwarnung zu geben. Schließlich sind diese hanebüchenen Zölle damit nicht vom Tisch – sie bleiben vielmehr eine schwelende Gefahr für die weltweiten Produktions- und Lieferketten weit über den Automobilsektor hinaus, die das Potential haben, die Weltwirtschaft aus den Angeln zu heben. Die Atempause gilt es zu nutzen, um in den Handelsgesprächen zwischen der EU und den USA in den nächsten Wochen zügig voranzukommen und substantielle Fortschritte zu erzielen.“

Unser Highlight 2019

Verbandstag des Bayerischen Groß- und Außenhandels

Die aktuelle Wirtschaftspolitik und die digitale Transformation waren die bestimmenden Themen. Vor dem offiziellen Teil haben sich die Unternehmen im LGAD zur turnusmäßigen Mitgliederversammlung 2019 getroffen.

Bayerns Groß- und Außenhändler diskutierten am 4. Juli im Haus der Bayerischen Wirtschaft in München die wirtschaftspolitischen Anliegen ihrer Wirtschaftsstufe und stellten sich den Fragen des digitalen Wandels und der zunehmenden Plattform-Ökonomie. Letzteren fachlichen Teil brachten Experten und erfahrene Unternehmer in drei Podiumsdiskussionen den Gästen näher.



Der Verbandstag ist in Kombination mit der Mitgliederversammlung die zentrale Veranstaltung des Groß- und Außenhandels in Bayern und der Treffpunkt für sein Netzwerk. LGAD-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betreuen die Gäste, die sich u. a. im Ausstellerbereich über vielfältige Serviceangebote austauschen und informieren konnten.

Eröffnung

Christoph Leicher Präsident LGAD Bayern e.V.

In seiner Eröffnungsansprache blickte LGAD-Präsident Christoph Leicher auf die wirtschaftliche Entwicklung der letzten beiden Jahre im Groß- und Außenhandel zurück und gab einen Ausblick auf die Herausforderungen für seine Wirtschaftsstufe.



Durch den Tag moderierte Agnes Krafft von der mbw | Medienberatung der Wirtschaft.



Zunächst spannte Leicher den Bogen zum Verbandstag 2017 und den Entwicklungen seither: „Vor zwei Jahren hatte der Verband an gleicher Stelle über das Thema Freihandel und Protektionismus diskutiert. Dies ist leider nach wie vor ein Thema mit enormer Auswirkung. Die derzeit nachgebenden Konjunkturdaten belegen, dass die Ankündigung und Einführung von Zöllen und Marktzugangsbeschränkungen mittlerweile auch in unserer global vernetzten, heilen bayerischen Wirtschaft Spuren hinterlässt.“

Hohes wirtschaftliches Niveau

In den vergangenen zwei Jahren konnten die deutsche und die bayerische Wirtschaft trotz der weltweiten konjunkturellen Turbulenzen ihr Wachstum verstetigen: Volle Auftragsbücher und ein gut laufender Binnenkonsum haben zu positiven Jahresergebnissen in 2017 und 2018 und zu Vollbeschäftigung und soliden Einkommenssteigerungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geführt, so Leicher.

Unberechenbarkeit der Politik

Zugleich betonte der LGAD-Präsident, wie gefährdet dieses hohe wirtschaftliche Niveau sei. Die positive ökonomische Entwicklung passe nicht so recht zur gefühlten Wahrnehmung, welche von weltweiter Unsicherheit und politischen Krisen geprägt sei. Diese politische Unberechenbarkeit könne unerwartete Marktreaktionen auslösen.

Drei Forderungen an die Politik

Leicher skizzierte drei wichtige Bereiche für die Wirtschaftsstufe Groß- und Außenhandel in Bayern:

1. Den Zustand der Infrastruktur
2. Die Energieversorgung der Wirtschaft
3. Den aktuellen Fachkräftemangel und die Leistungsfähigkeit des Bildungssystems

Mit klugen Konzepten Infrastruktur modernisieren

Eine moderne Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft und primär die Unterneh-

men in Bayern benötigten vor allem eine funktionierende und innovative Infrastruktur. Straßen, Bahn und Wasserwege seien die Lebensadern bayerischer Außenhandelsbeziehungen. Wenn Nachbarländer wie Österreich (Zulauf Brennerbasistunnel) und die Schweiz Alpentunnel und Anschlussstraßen ausbauen, die deutsche Seite zeitlich aber nicht hinterherkomme, fehle mehr als ein Masterplan. Leicher erwähnte auch, dass die Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur in den vergangenen Jahren auf 12,8 Milliarden Euro angewachsen sind. Dennoch sei Deutschland an entscheidenden Stellen gegenüber seinen Nachbarländern im Rückstand.

Insbesondere die immer noch grassierenden weißen Flecken im ländlichen Raum beim schnellen Internet seien seit Jahren ungelöst.

„Bayern braucht dringend einen besseren Mix von innovativen Verkehrs- und Logistikkonzepten, kombiniert mit digitaler Infrastruktur“, so der LGAD-Präsident.



Die Originalrede können Sie auf der Startseite von www.lgad.de abrufen.



„Die Energiewende scheint gerade ins Stokken geraten zu sein“

Als zweiten Punkt forderte Leicher eine verlässliche Energieversorgung zu marktgerechten Preisen, die nicht zum Kostentreiber für die Wirtschaft werde. „Die Energiewende als zentrales Projekt der Bundesregierung scheint gerade ins Stocken geraten zu sein. Aber auch die Ausrufung überambitionierter politischer energie- und klimapolitischer Zielvorgaben muss beendet werden. Es muss mehr Realismus und globales Benchmarking in die Debatte einziehen. Vor allem müssen Maßnahmen auch umgesetzt werden“, so Leicher.

Fachkräftemangel wird zum Flaschenhals

Drittens führte Leicher als die derzeit häufigste genannte Herausforderung den Fachkräftemangel an. Dieser habe sich zum Flaschenhals einer wirtschaftlich erfolgreichen Weiterentwicklung der Unternehmen entwickelt. Da das Problem demografisch nicht zu beheben sei, empfiehlt Leicher, die international anerkannte und exzellente duale

Ausbildung – wie sie Deutschland hat – noch stärker bei jungen Menschen zu bewerben. Dafür jedoch müsste der Stellenwert von Ausbildungsberufen in den Unternehmen im Vergleich zu Hochschulabsolventen gestärkt werden und dies sowohl in der Positionierung im Unternehmen als auch in der finanziellen Anerkennung. Leicher: „Klar und deutlich stehen wir für unser Erfolgsmodell der dualen Berufsausbildung, die nicht weiter unter dem Hype um das Abitur und insbesondere um die Hochschulen leiden darf.“

Verlässliche Rahmenbedingungen anstelle von Subventionen

Als neuen Partner und unverbrauchte Kraft in der bayerischen Staatsregierung forderte Präsident Leicher Staatsminister Aiwanger und die Freien Wähler auf, sich künftig eher für zielführende, wirtschaftliche Rahmenbedingungen einzusetzen als für Subventionen. Bürger wie Unternehmen bräuchten eher Entlastung anstelle von anhaltenden Diskussionen über neue soziale Wohltaten: „Uns Unternehmen hilft es mehr, bürokratische

Fesseln zu lösen als flächendeckend Subventionen zu verteilen. Bayern hat eine starke Regierung und wir bauen auf Sie.“

Den Übergang ins digitale Zeitalter mutig beschreiten

Zum Leitthema des Verbandstages führt Leicher aus: „Durch die disruptiven Umbrüche, die wir nahezu täglich stärker mit der Digitalisierung, der Plattform-Ökonomie und der künstlichen Intelligenz erleben, wird auch unsere Wirtschaftsstufe im B2B-Geschäft mehr denn je verändert und gefordert. Mit der Digitalisierung und dem demografischen Wandel vollzieht sich auch ein tiefgreifender Wandel der Arbeitswelt. Wir selbst können die Herausforderungen im nächsten Jahrzehnt nur dann klug gestalten, wenn wir den Übergang ins digitale Zeitalter mutig beschreiten, statt abzuwarten, wenn wir die Wachstumsdynamik verstetigen und das Potential des digitalen Wandels nutzen. Wir benötigen aber auch das Bekenntnis und die Akzeptanz von Industrie, Handwerk, Einzelhandel und Gastronomie zu unserer Wirtschaftsstufe.“

Hubert Aiwanger, MdL

**Stv. Bayerischer Ministerpräsident und Bayerischer Staatsminister
für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie**

Die Zukunft des Groß- und Außenhandels in der digitalen Welt

Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger war Ehrengast und Vertreter der Bayerischen Staatsregierung auf der Leitveranstaltung des LGAD. In einem äußerst engagierten Vortrag stellte er die Themen und Anliegen unserer Wirtschaftsstufe in den Mittelpunkt seiner Ausführungen und trug seine politischen Ansichten und Vorschläge vor.



LGAD-Präsident Christoph Leicher (rechts) und Hauptgeschäftsführer Frank Hurtmanns (links) begrüßten Hubert Aiwanger.



Wirtschaftsminister Aiwanger ging in seinem Vortrag auf die Herausforderungen ein, vor denen Bayern heute steht.

Modernste Unternehmensführung ist für Bayern gerade gut genug

Trotz der aktuell guten wirtschaftlichen Lage sieht der Wirtschaftsminister zahlreiche Themen, die es für die Zukunftssicherung des Standorts Bayerns anzupacken gilt. Der von LGAD-Präsident Leicher angesprochene Fachkräftemangel sei eines davon. Praktisch alle Unternehmen in Bayern beklagten mittlerweile Personalengpässe. Das neu beschlossene Fachkräfteeinwanderungsgesetz werde aus seiner Sicht nur bedingt helfen, da in den mittel- und osteuropäischen Nachbarländern zunehmend eine gute Beschäftigungslage herrsche. Andererseits betonte Aiwanger: „Die derzeit niedrige Arbeitslosenquote von 2,6 Prozent in Bayern ist aus politischer Sicht ein Luxusproblem, andersrum wäre es schlimmer.“ Mittelfristige Lösungen sieht er etwa im Einsatz von technischen Innovationen, ver-

stärkter Automatisierung – beispielsweise in vollautomatisierter Lagerhaltung – und in der Digitalisierung der Arbeitswelt. „Für Bayern als innovativen Standort ist modernste Unternehmensführung gerade gut genug“, so Aiwanger.

Was muss moderne Wirtschaftspolitik leisten?

Was die Modernisierung der Infrastruktur in Bayern betrifft, machte der Wirtschaftsminister unmissverständlich klar: Die weisen Flecken in der Mobilfunkversorgung müssen verschwinden. Das Wirtschaftsministerium lasse den Versorgungsstand selbst nachmessen. Aiwanger will auf Basis der Ergebnisse von den Betreibern eine lückenfreie Versorgung bis Ende des Jahres einfordern. Auch im Rahmen der 5 G-Versteigerungen verlangt er die Zusage, bis 2022 auf 100 Megabits aufzurüsten. Parallel laufe das bayerische Breitband- und

Mobilfunkförderprogramm mit 80 Mio. Euro Fördersumme weiter. Bereits 400 Gemeinden haben hier Ansprüche geltend gemacht.

Gesamte Bildungslandschaft muss sich der beruflichen Bildung öffnen

In der Bildungspolitik gibt es neue Initiativen, die berufliche Bildung stärker zu bewerben – auch an Gymnasien. „Die gesamte Bildungslandschaft muss sich der beruflichen Bildung öffnen. Auch Lehrer signalisieren mehr Bereitschaft mitzugehen“, so Aiwanger.

Die Realwirtschaft werde durch den Einsatz von moderner Technologie und Hightech gerade für junge Leute interessant, so Aiwangers Appell: „Alles was Sie als Unternehmer dazu tun können, dass in Bayern Hightech zu Hause ist, macht auch Ihre Branche interessanter.“ Große Hoffnungen setzt Aiwanger auch auf die wachsende Start-up-Szene mit neuen Geschäftsideen im Freistaat.



Die Originalrede können Sie auf der Startseite von www.lgad.de abrufen.

Maut setzt falsche Anreize – Distributions-/Handelswege offenhalten

In Zeiten offener Grenzen und zollfreien Handels in Europa spricht sich Wirtschaftsminister Aiwanger für eine innovative Verkehrspolitik aus: „Es ist sinnvoller, die Verkehrsmaut ganz abzuschaffen und dafür Verkehrsbelastungen durch einen europäischen Fond auszugleichen.“ Der Handel lebe von jeher von offenen Märkten und offenen Grenzen. So müssen auch schleunigst die Zulaufstrecken zum Brennerbasistunnel organisiert werden. Vor allem im Transportbereich habe Wasserstoff das Potenzial, den Dieselmotor abzulösen. Das sind Punkte, die wir jetzt angehen müssen. Die Zukunftsvision muss auch sein, von der Straße auf die Schiene zu verlagern, hier die ökologische Akzeptanz zu erhöhen, Warendurchgängigkeit zu optimieren und nicht kilometerlange Brummi-Staus zu erzeugen“, so der Wirtschaftsminister.

Ja zum Klimaschutz, aber nicht zu Lasten der Arbeitsplätze

Insbesondere mahnte Aiwanger, auf Panikmache in Sachen Klimapolitik zu verzichten. Die energieintensiven Industrien dürften in

Deutschland nicht kaputt gemacht werden. Deren Verlagerung ins Ausland bringe keine Lösung. Klimaneutralität bedeutet aus Aiwangers Sicht etwas anderes: Man brauche eine Politik der Vernunft und der Mitte und nicht des Aufwiegelns durch Klima-Aktivisten. Sonst bestehe die Gefahr, dass dieses Thema radikalisiert werde. „Klimaschutz ja, aber bitte nicht zu Lasten unserer Arbeitsplätze, das haben auch die Gewerkschaften mittlerweile verstanden. Natürlich müssen wir aus dem fossilen Zeitalter mittelfristig raus, aber ohne unseren Wirtschaftsstandort zu gefährden, weil alle in die Volksrepublik China verlagern“, so Aiwanger.

Flächenzertifikate sind kontraproduktiv

Auch das Thema Flächeneinsparung müsse angegangen werden: „Natürlich müssen wir im Verbrauch runter, aber ansiedlungswillige Unternehmen dürfen nicht verschreckt werden, indem wir eine Deckelung pro Gemeinde einführen. Ich sage nicht, dass wir rücksichtslos die Fläche zubauen. Wir müssen intelligent rangehen, d. h. im Innenbereich wieder vermehrt die Leerstände nutzen.“ Deutschland stehe hier im internationalen Vergleich klar in Konkurrenz mit

USA und China. „Bitte lassen Sie uns die Dinge auch bis zum Ende denken, ohne Veränderungen zu verhindern“, so der Wirtschaftsminister.

In der Energiepolitik an allen Fronten unterwegs

Sodann stellte Aiwanger das bayerische Förderprogramm für Speicherkraftwerke vor. Gaskraftwerke als netztechnische Sicherheitsreserven mit der Leistung eines Atomkraftwerkes sollen bedarfsgerecht ausgebaut werden. „Die Lichter werden in Bayern nicht ausgehen“, verspricht Aiwanger und bekräftigt, die bayerische Staatsregierung sei „bei der Energiepolitik an allen Fronten unterwegs, auch beim Thema Kraft-Wärme-Koppelung“. Hier appellierte er nochmals an das Engagement der Unternehmen, selbst in die Energiegewinnung einzusteigen. Auch im Wettbewerb um Industrieansiedlungen stehe Bayern international im Wettbewerb. Für Investoren sei die Entscheidung klar, wenn sich die Energiekosten mit dem Schritt ins Ausland halbieren lassen. Zudem haben die USA und China deutlich niedrigere Unternehmenssteuersätze.



Staatsminister Aiwanger stellte sich den Fragen der Pressevertreter. Seine ausführliche Rede können Sie auf der Startseite von www.lgad.de abrufen.

CO²-Steuer belastet den Standort Deutschland

Eine CO²-Steuer lehnte Aiwanger ab. Eine solche Maßnahme werde den Standort Deutschland noch teurer machen und zu einer Verlagerung der Klimasünden ins Ausland führen. Zugleich betonte er: „Jede Tonne Öl und Kohle, die wir durch eigene Fotovoltaik usw. ersetzen, ist bar gewonnenes Volksvermögen.“ Aiwanger gab zudem einen Ausblick auf die energiepolitischen Vorhaben der Staatsregierung: Man arbeite derzeit an einem neuen Fotovoltaik-Speicherprogramm, das im Herbst kommen solle. Auch bei der Windenergie sollen nochmals alle Möglichkeiten ausgelotet werden. Die Debatte über die Stromtrassenführung sei ziemlich durchgestanden. Die Energieversorgung durch Kernkraft sei noch für mindestens drei Jahre garantiert. Darüber hinaus deutete er eine mögliche Senkung der Stromsteuer sowie der EEG-Umlage an.

China und USA fordern uns heraus

Das Mega-Projekt Seidenstraße sieht Aiwanger nicht als übermäßige Bedrohung: „Natürlich müssen wir aufpassen. Die machen es mit Strategie, die – wie vorhin von Präsident Leicher angesprochen – bei uns vermisst wird. Da gebe ich Ihnen Recht, wir

in Deutschland fahren mehr auf Sicht. Denn viele wollen oftmals nur im Tagesgeschäft überleben.“

China sei der wichtigste Handelspartner für Bayern und Deutschland. Bayern habe sogar einen Außenhandelsüberschuss mit China und die Handelsgeschäfte werden aus Sicht der bayerischen Außenhandelspolitik sicherlich weiterwachsen und intensiviert.

Die Seidenstraßen-Strategie müsse Deutschland im Auge behalten und die Chancen daraus nutzen. Die Welt mit Infrastruktur zu überziehen, bedeute aber noch lange nicht, sie zu beherrschen. Ob all die Investitionen, die China heute in Afrika und Südeuropa tätigt, später politisch und militärisch eingefordert werden könnten, wenn sie denn nicht bezahlt werden, sei aus Sicht des Wirtschaftsministers völlig ungewiss. Eher müssten hochtechnologische Industrien aufpassen, dass sie nicht technisch von der Volksrepublik abgehängt werden.

Auf Forschung und Innovation setzen

Die Schwerpunktsetzung muss aus Aiwangers Sicht klar auf Forschungsförderung, Start-ups, Ausbau der digitalen Infrastruktur und künstlicher Intelligenz liegen – dafür sei auch ein größeres Budget im bayerischen Staatshaushalt notwendig, „um

dieses Know-how von innen heraus ständig zu erneuern und nicht irgendwann abhängig zu sein und Know-how von außen holen zu müssen“. Für die Wirtschaftspolitik müsse es Herausforderung sein, die Unternehmer auch im Land zu halten.

Mittelständischen Handel stärken – verkaufsoffene Sonntage durchsetzen

Speziell der Handel müsse so aufgestellt sein, dass er „den Amazons gewachsen ist“. Dies berühre unterschiedliche Bereiche, etwa die Flexibilisierung der Arbeitszeit und auch eine gewisse Flexibilisierung des Ladenschlusses in Bayern. Ebenso gehöre es dazu, über den verkaufsoffenen Sonntag zu sprechen. Aiwanger betonte mit Nachdruck, dass er den Sonntag nicht grundsätzlich antasten möchte. Vielmehr gehe es um eine gezielte Belebung der Innenstädte. Dafür sollten, wie es in NRW derzeit bewährte Praxis sei, zumindest vier verkaufsoffene Sonntage pro Jahr in Absprache mit den Kommunen juristisch unproblematisch sein. Dies wäre insbesondere für Tourismus-Regionen wichtig, um die Situation des Einzelhandels als Kunden des Großhandels zu verfestigen. Die damit einhergehende Stärkung der Innenorte käme zugleich dem Ziel des Flächensparens entgegen. Mit dem Erhalt der Ortskerne bliebe an deren Rand genügend Raum für Logistik etc.

Politik der Mitte, um ein gutes Geschäftsklima zu erhalten

Abschließend warb Aiwanger für seine Politik der bürgerlichen Mitte. Die Wortführerschaft dürfe nicht den Extremen überlassen werden, damit auch mittelfristig ein gutes Geschäftsklima aufrechterhalten werde. Eine Polarisierung der Gesellschaft darf es nicht geben, so der Minister. Herausforderungen wie die der Energie- und Klimapolitik werden ernst genommen, die internationale Handelspolitik werde aus bayerischer Sicht wie gewohnt aufrechterhalten. Sein abschließender Dank galt den Unternehmerinnen und Unternehmern der intermediären Wirtschaftsstufe, die mit beeindruckenden Zahlen enorm zum Wohlstand des Freistaates beitragen würden.

Dr. Holger Bingmann

Präsident des Bundesverbandes Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA)

Umbruch im Groß- und Außenhandel: Erfolgsfaktor für die deutsche Wirtschaft heute und morgen

Als oberster Vertreter der Wirtschaftsstufe Groß- und Außenhandel in Berlin formulierte BGA-Präsident und Unternehmer Dr. Holger Bingmann die Voraussetzungen für einen erfolgreichen Groß- und Außenhandel in Deutschland.

Dazu führte er vier Punkte aus:

- Ein geordnetes Wettbewerbsumfeld
- Das Verhältnis der Wirtschaft zur Politik
- Groß- und Außenhandel erfolgreich halten
- Ein weiterhin mutiges Unternehmertum in Deutschland

Wettbewerbsumfeld wichtig

Mit Blick auf die nationale Politik und Gesetzgebung sieht Bingmann großen Handlungsbedarf bei den hohen Unternehmenssteuern, den gestiegenen Energiekosten, der Modernisierung der Infrastruktur sowie der Gestaltung der Digitalisierung: „Wir benötigen vor allem ein sauberes Wettbewerbsumfeld, das wir als Unternehmer beeinflussen können, das uns aber auch von der Politik vorgegeben wird.“

Zu den unverzichtbaren Voraussetzungen für ein erfolgversprechendes internationales Wettbewerbsumfeld gehörten dem BGA-Präsidenten zufolge multilaterale Freihandelsabkommen im Rahmen der WTO. Die Diskussion um den Brexit sei ein herausragendes Negativbeispiel: Es verdeutliche allen, was die europäische Einigung wirtschaftlich und politisch geschaffen habe.

Verhältnis zur Politik

Als Bundesverband ist der BGA auf der Berliner Bühne für das Verhältnis zur nationalen Politik verantwortlich. Der BGA pflege seine Kontakte intensiv. Er werde dabei als konstruktiver Gesprächspartner offen empfangen und gehört. Die Gespräche werden



Die Originalrede können Sie auf der Startseite von www.lgad.de abrufen.

schneller, zielgerichteter und inhaltsreicher geführt als früher, so Holger Bingmann. Als unerlässlich empfindet er es, die Kommunikation auf allen Ebenen und unter allen Beteiligten zu führen, um die Interessen der Wirtschaftsstufe zu platzieren und dem Großhandel ein Gesicht zu geben.

Internationale Politik verunsichert die Firmen

Außenhandelspolitisch erwartet Bingmann für Europa und Deutschland ein schwierigeres Umfeld. Als Export- und Importnation beeinflusse das Weltgeschehen die Außenhändler in fundamentaler Weise. Auf der einen Seite befinde sich eine mittlerweile sehr aggressiv auftretende USA, die sich von der Weltführerschaft verabschiedet und nur noch in Deals denke. Auf der anderen Seite stehe ein aufstrebendes China, das sich nicht wettbewerbsneutral verhält. Und beide ignorieren und untergraben zunehmend die WTO. Am Beispiel „Seidenstraße“ fordert er Deutschland und Europa auf, die künftige wirtschaftliche Entwicklung der Welt nicht den USA und China zu überlassen.

Wir brauchen mutige Unternehmer

Bingmann ermunterte die Gäste zu mehr unternehmerischem Mut. Mut sei am Ende die zentrale Voraussetzung für eine optimistische Gestaltung der Zukunft. Und davon hänge in Zeiten massiver Strukturveränderungen vieles ab. Allem voran die Digitalisierung durchdringe jeden Lebensbereich. Bingmann betonte vor diesem Hintergrund die Notwendigkeit, die eigene Organisation zu durchleuchten und den Gegebenheiten der Digitalisierung anzupassen.

Bingmann fordert in Sachen verstetigter Einsatz digitaler Technologien gerade die öffentliche Verwaltung auf, ein besseres Serviceangebot zu implementieren. Beispielhaft nennt er die kürzlich in Berlin stattgefundene Gewerkschaftsveranstaltung mit 50.000 Teilnehmern, die Arbeitgeber aufgefordert hatten, sich verstärkt der Digitalisierung zu stellen. Niemand könne sagen, was kommt, „aber es kommt garantiert schlecht, wenn wir uns auf dem Erfolg der letzten zehn Jahre ausruhen“, so abschließend der BGA-Präsident.

Dr. Karl Lichtblau, Geschäftsführer Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH

Bedeutung und Effekte der Plattform-Wirtschaft

Als charakteristisch für Online-Plattformen beschrieb Dr. Lichtblau in seinem Vortrag deren hohes disruptives Potential. Plattformen sind auf vielen Märkten aktiv, lösen Branchengrenzen auf und bieten ein breit gefächertes Produktportfolio an. Darin liegen der Kern und das Potenzial der Plattformwirtschaft.

Die Plattformwirtschaft nimmt eine Transformation vor, indem sie aus Daten wertvolle digitale Leistungen produziert. Hinzu kommt das Teilen von Daten und Wissen. „Wissen kann gleichzeitig und mehrfach und überall genutzt werden“, so Lichtblau. Plattformen können seit Jahren eine überdurchschnittliche Steigerung ihrer Börsenwerte vorweisen. US-amerikanische und chinesische Plattformen dominieren dabei den Markt. Europäische Plattformen erreichen dagegen bei der Verbreitung von digitalen Technologien und Angeboten nur Mittelmaß, sie drohen den Anschluss zu verlieren. Weltweit gebe es über 300 Unternehmen (davon nur 50 aus Europa), die sogenannten „Unicorns“ (Einhörner), die nicht börsennotiert sind, aber einen Marktwert von mindestens einer Milliarde Dollar haben. Die Besonderheit dabei: 80 % dieser Unternehmen haben digitale Geschäftsmodelle.

Was ist Digitalisierung?

Die Digitalisierung übersetzt reale Werte (Assets) mittels Software in Daten (Virtualisierung), kombiniert und vernetzt diese und teilt sie mit anderen, so Lichtblau. „Dies ist die eigentliche Revolution, denn mit diesen digitalen Abbildern kann man jede Menge machen, sie sind gleichzeitig und mehrfach einsetzbar. Es gibt eine Grenzenlosigkeit mit Blick auf Nutzer, Raum und Zeit.“. Aus dieser Definition von Digitalisierung als Virtualisierung,



Vernetzung und Teilen von Daten leitet IW Consult je nach Umsetzungsgrad für jedes Unternehmen ein Reifegradmodell ab. Je besser ein Unternehmen dazu in der Lage ist, desto eher kann es als „digitalisiert“ bezeichnet werden.

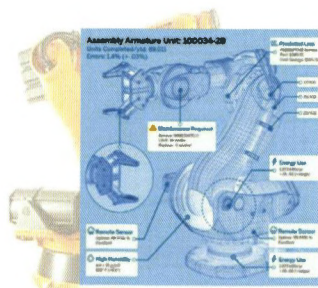
Was macht Plattformen aus?

Plattformen sind Intermediäre zwischen Datengebern und Datennutzern. Dabei muss es sich nicht unbedingt um rein monetäre Produkte und Leistungen handeln. Sehr nützlich ist die Unterscheidung in „Plattformen im weiteren Sinne“. Dazu zählen alle digitalen Austauschprozesse, u. a. Online Shops, welche 1:n Beziehungen ermöglichen, aber meist

„geschlossen“ erfolgen. Ökonomen und Wettbewerbspolitiker sprechen erst dann von einer Plattform, wenn sogenannte „indirekte Netzwerkeffekte“ im Spiel sind, also mehrere Akteure zum Erfolg dieser Plattformen beitragen. So lebt beispielsweise eine App für Blitzer im Straßenverkehr von der Anzahl der Teilnehmer. Je mehr mitmachen, desto wertvoller wird sie und ein indirekter Netzwerkeffekt entsteht. Plattformen erfüllen eine entscheidende Gate-Keeping-Funktion zwischen der Hardware, der asset-basierten Welt und der Kunden.

Und das passiert über Daten, die erfasst, gebündelt und mit künstlicher Intelligenz veredelt werden.

Computerisierung = Digitalisierung = Virtualisierung + Vernetzung + Teilen von Daten
IKT + Internet

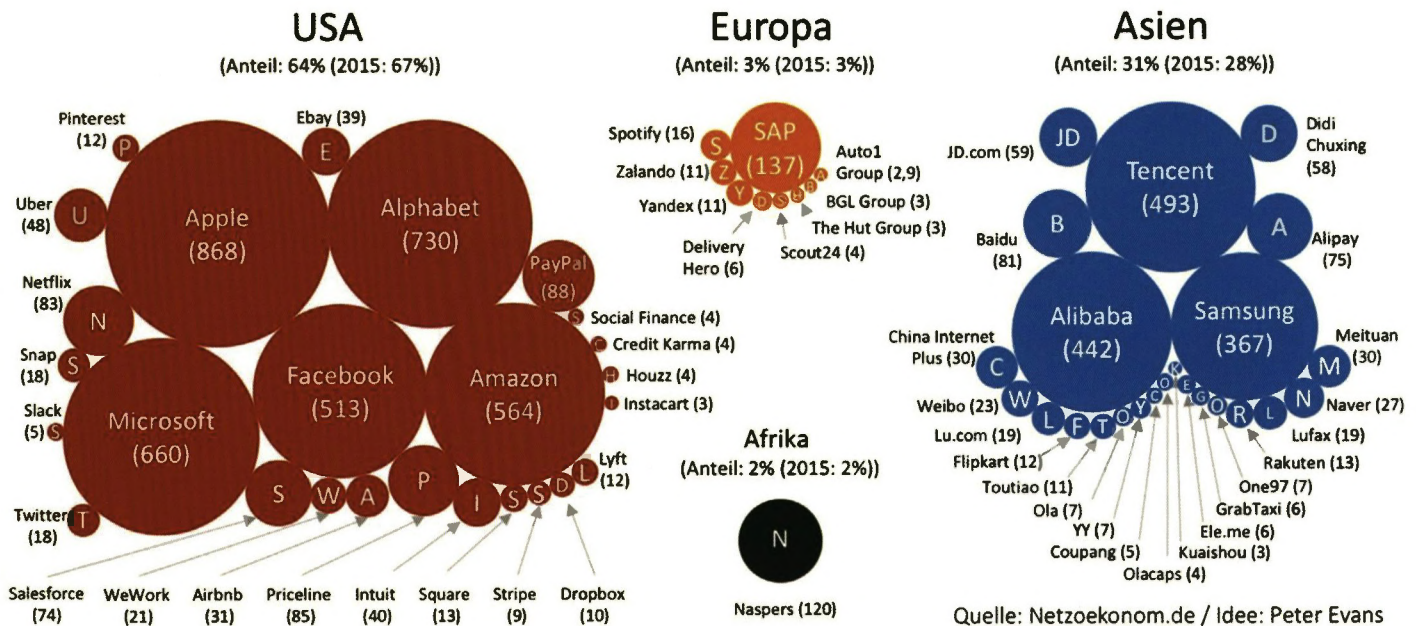


Reproduktionskosten = 0

Vernetzungskosten = 0

Doppelte Null-Grenzkosten-Ökonomie

- Monetarisierung
- Wissensdiffusion
- Kollaboration
- Disruptivität
- Plattformisierung



Plattformen als Innovationstreiber

Die „Big 6“ der Internet-Ökonomie haben 2016 über 12.000 Patente angemeldet. In Deutschland hat jedes zehnte Patent einen Digitalisierungsteil (Schwerpunkt Bayern und Baden-Württemberg). Die Intermediären gewinnen hier an Bedeutung!

Wie monetisierst du Daten?

Die Möglichkeit zur Virtualisierung eröffnet den Unternehmen neue Chancen – stellt sie andererseits aber auch vor neue Aufgaben: Wie lassen sich Daten und Prozesse monetarisieren und kontrollieren? lautet die zentrale Frage. Wie können sie ihren Kunden den kontrollierten und begrenzten Zugang zu ihren Daten gewähren? „Vertrauen“ ist dabei ein entscheidendes Wort in der Plattformökonomie. Viele Unternehmen sind skeptisch und befürchten eine Wissensdiffusion. Denn wenn man sich an digitalen Wertschöpfungsketten beteiligt, gibt man auch Wissen preis.

vw-Studie zur Bedeutung von Plattformen

800 deutsche Unternehmen wurden zur Bedeutung von Plattformen befragt, wobei zwischen transaktionsbasierten Plattformen (Einkauf und Verkauf) und datenbasierten Plattformen (Internet of Things, Erstellung von Produkten und Dienstleistungen, Entwicklungsprozesse, Bereitstellung von Maschinen- und Prozessdaten) unterschieden wurden.

Folgende Ergebnisse kamen zu Tage

- 2/3 der Unternehmen nutzen mindestens eine Plattform, ein Viertel ausschließlich Transaktionsplattformen, aber nur 6 Prozent nutzen ausschließlich datenzentrierte (höherwertige)

Plattformen.

- Zunehmende Internationalisierung: Die Internationalisierung des Mittelstands wird durch die Digitalisierung und durch die Plattformökonomie begünstigt.

- Beschleunigung des Tempos: Facebook brauchte viereinhalb Jahre, um 100 Millionen Nutzer zu erreichen, das Mobiltelefon brauchte 16 Jahre.

- Marktführerschaft: Branchenführer wachsen stärker als andere Marktteilnehmer und digital hoch entwickelte Unternehmen verzeichnen eine bessere Produktivitätsentwicklung.

- Enorme Preiseffekte treten zu Tage.

- Wertschöpfungsanteil: Plattformen erhöhen die Wertschöpfung der befragten Unternehmen um durchschnittlich 6,8 Prozent (112 Milliarden Euro). Je höher der Grad der Digitalisierung, desto größer ist der entsprechende Wertschöpfungsanteil!

- Rentabilität: Noch ist der erwirtschaftete Umsatz der Plattformen kleiner als die Kosten. Plattformen sind in der Investitionsphase und haben die Rentabilitätsschwelle noch nicht erreicht.

Daraus ließe sich die Hypothese ableiten: Plattformen sind sehr wichtig, strategisch bedeutend. Plattformen bilden einen großen Teil der Wertschöpfung ab. Sie sind rentabel und gewinnen in Zukunft weiter an Bedeutung.

Gibt es ein „The Winner Takes It All“?

Plattformen wie Amazon werden umso wahrscheinlicher zum Riesen, je größer Skaleneffekte, Netzwerkeffekte und je standardisierter die Produkte sind. Große Plattformen entstehen v. a. da, wo Informationen breit und frei zur Verfügung stehen oder be-

reitwillig hergegeben werden. Das kann man insbesondere bei sozialen Medien wie Facebook beobachten.

Was heißt das für den Handel?

- Handelsplattformen wachsen, wenn Informationen bereitgestellt werden, die nicht an die Geschäftsgeheimnisse gebunden sind.

- Eine ganz andere Haltung dominiert in der Industrie: Hier scheut man sich, Produktbeschreibungen, Preise oder Prozesse zu veröffentlichen. Es besteht wenig Vertrauen in Plattformen.

- Der Handel verzeichnet viele Skalen- und Netzwerkeffekte. Dabei sind die Informationen, die man bereitstellen muss, nicht besonders schützenswert. Es gibt viele Produkte, die homogen standardisiert werden können.

- Lichtblau leitete insbesondere für den Konsumgütergroßhandel, aber teils auch für den Produktionsverbindungshandel ab, dass dieser für eine zunehmende Plattformbildung prädestiniert sei. Die Frage aber, ob sich auch im Großhandel die Lieferanten- und Kundenbeziehungen durch Plattformen verschieben werden, ist noch nicht eindeutig beantwortet, wenngleich es naheliegend erscheint. Offen bleibt, wie sich Produzenten oder Handwerker verhalten werden. Werden diese künftig über Plattformen agieren? Und was passiert mit Teilen der Wertschöpfung, die schwer zu digitalisieren sind?

- Die Konsequenz: Der Großhandel muss digitalisieren, was digitalisierbar ist, intern und zum Kunden. Andernfalls droht der Verlust von Marktanteilen.

Podiumsdiskussion Runde 1

Unternehmenspraxis – die digitale Transformation in einem Unternehmen



Es moderierte Frank Hurtmanns,
Hauptgeschäftsführer LGAD Bayern e.V.



Gesprächspartner waren v.l.n.r.:
Günter Troiber, Peter Gerstmann, Elisabeth Meister
Die Diskussion können Sie im Originalton auf der
Startseite von www.lgad.de abrufen.

Diese Diskussionsrunde gab exklusive Einblicke in die digitale Transformation von LGAD-Mitgliedsunternehmen, ihre Konzepte sowie Geschäftsmodelle. Nachfolgend haben wir für Sie die interessantesten Fragen und Antworten zusammengefasst.

Hurtmanns: Erst ein Teil unserer Unternehmen kann sich heute als „digitalisiert“ bezeichnen. Aber in vielen Fällen beeindruckt sehr, was digital bereits umgesetzt wurde. Daher als erste Frage an Frau Meister: Was bedeutet der Begriff Digitalisierung für Sie bei der Ludwig Meister GmbH?

Meister: Wir haben uns zum Motto gemacht, dass Digitalisierung kein Projekt, sondern ein Programm ist. Das heißt, dass jeder Geschäftsprozess ohne Medienbruch in unserem Unternehmen abzubilden ist.

Hurtmanns: Wo steht der Troiber Lebensmittelgroßhandel heute in der digitalen Transformation?

Troiber: Ich möchte hier differenzieren nach interner Digitalisierung und derjenigen, die Richtung Kunde geht. Intern haben wir unsere Hausaufgaben gemacht, wir sehen uns

gut aufgestellt, aber auch nicht bei 100 Prozent, da dies ein laufender, sich ändernder Prozess ist. Richtung Kunde ist die Aufgabe der Digitalisierung natürlich noch anspruchsvoller.

Hurtmanns: Was sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren bei der Zeppelin GmbH?

Gerstmann: Erfolgsfaktoren sind heute, radikal außerhalb des Unternehmens zu denken, vom Kunden her zu denken und sich auf die Veränderung so einzulassen, dass es auch vom Management vorgelebt und akzeptiert wird.

Hurtmanns: Frau Meister, Sie hatten im Vorgespräch gesagt, Sie würden alle individuellen Kundenwünsche annehmen, aber Sie würden diese in ihre Standardabläufe integrieren. Was heißt das konkret und wie machen Sie das?

Meister: Ich mache es deutlich am Beispiel Logistik. Als wir unsere Logistik automatisiert und digitalisiert hatten, dachten wir zunächst an einen einfachen Prozess: auspacken, einlagern, wiederverpacken, kommissionieren, ausliefern. Allerdings mussten wir bald feststellen, dass es über

120 verschiedene Kundenwünsche gab, die ein Mitarbeiter bei der Kommissionierung beachten musste. Letztlich haben wir einen Schritt nach dem anderen in die Logistikprozesse digital integriert. Heute haben wir noch zwei Prozesse, u.a. noch eine Mehrzonenkommissionierung, ansonsten funktionieren alle Abläufe mit Varianten gleich. Dies wird vom System angezeigt und der Mitarbeiter muss nur noch ausführen.



„Ärmel hoch und anfangen. Nur bei Beschäftigung mit den Details ist es möglich, mit kleineren Budgets gute Ideen zu entwickeln und umzusetzen.“

Elisabeth Meister, Geschäftsführerin Ludwig Meister GmbH & Co KG, Dachau

Seit 1946 LGAD-Mitglied der ersten Stunde, Handels- und Dienstleistungsunternehmen mit Vollsortiment für Antriebs-, Werkzeug- und Fluidtechnik



„Die Disruption aufgrund der Digitalisierung zwingt uns rechtzeitig und stetig unsere Geschäftsmodelle in Handel und Service auf den Prüfstand zu stellen.“

Peter Gerstmann,
Vorsitzender der Geschäftsführung Zeppelin GmbH

Der Konzern bietet Lösungen in den Bereichen Bau- und Bergbaumaschinen, Landmaschinen, Vermietung, Baulogistik und Baustellenmanagement, Antrieb und Energie, Engineering und Anlagenbau und entwickelt neue digitale Geschäftsmodelle für die Bauwirtschaft

Hurtmanns: Herr Gerstmann, was ist ihre digitale Agenda?

Gerstmann: Wir haben drei Richtungen. Erstens das bestehende Geschäft zu digitalisieren, zweitens die internen Prozesse zu digitalisieren und drittens die Mitarbeiter und die Stakeholder bei der Stange zu halten. Das wirklich Spannende ist noch ein weiterer Punkt: Die Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle.

Ein Geschäftsbereich ist der Verkauf oder das Vermieten von Baumaschinen. Die Frage war, was passiert eigentlich, wenn unser Geschäftsmodell der Baumaschinenvermietung massiv angegriffen wird. Antwort: Dann würde das unser Geschäftsmodell obsolet machen. Aus diesem Schock heraus, haben wir Schritt für Schritt eine eigene Plattform für das Vermieten von Baumaschinen aufgebaut und dann allerdings auch winterfest gemacht. Heute bieten wir unseren Kunden weitestgehend Komplettlösungen für die Baustelle an. Somit sind wir nicht mehr so leicht ersetzbar, indem wir das Commodity-Geschäft digitalisieren und das Spezialitäten-Geschäft kundenoptimiert anbieten. Also zwei Wege zu gehen, ist die Agenda!

Hurtmanns: Die Firma Troiber ist ein regionaler Lebensmittelgroßhändler aus Vilsbiburg, der auch überregional Kunden belie-

fert, z.B. europaweit die Viking Flusskreuzfahrten. Wie schaffen Sie das?

Troiber: Voraussetzung ist, dass der Kunde auch digital unterwegs ist. Bei Viking handelt es sich um einen Partner, der zu 100% digital arbeitet und die ganzen Verknüpfungen digital machen möchte und über seine Zentrale die tägliche Überwachung der Schiffe in ganz Europa digital steuert. Gebraucht wurden ein Monitoring und ein Partner, der das leisten kann.

Und wir als Großhändler stellen dies alles digital zur Verfügung, wenn es z.B. um Produktdetails, Mengen, Menüs, Inhaltsstoffe, etc. geht. Daten werden permanent online hin und hergeschickt. Dadurch, dass wir dies detailgenau mit unseren Systemen leisten können, haben wir auch den Lieferauftrag für das komplette Sortiment erhalten.



„Digitalisierung wird den Menschen nicht ersetzen, aber viel verändern.“

Günter Troiber, Geschäftsführer der Xaver Troiber e. K. Lebensmittelgroßhandel

Vertrieb und Produktion von Lebensmitteln, Kunden in der Hotellerie, Gastronomie, Flusskreuzfahrten

Hurtmanns: Ist der Kunde von heute noch der Kunde von morgen?

Gerstmann: Garantiert nicht. Der heutige Bauleiter, Architekt oder Ingenieur ist mit seinem Smartphone unterwegs, und alles was er auf der Baustelle braucht, will er in Zukunft online bestellen oder organisieren können. Ein digitalisiertes Warenmanagement bietet dann einen entscheidenden Vorteil: Es hat mögliche Anforderungen bereits analysiert und sagt voraus, was gebraucht wird. Das vereinfacht und beschleunigt die Prozesse sehr und der Großhandel liefert es dann.

Hurtmanns: Wenn wir an die digitale Transformation denken, was bedeutet das für Ihre Mitarbeiter?

Troiber: Früher wurde extrem viel Wert auf Schulung in der Warenkunde gelegt, heute hat sich das auf digitale Schulungen und auf unsere Systeme verlagert. Wir brauchen in Zukunft ganz anders ausgebildete Verkäufer.

Hurtmanns: Was tun Sie – Frau Meister – um die Mitarbeiter mitzunehmen?

Meister: Wir haben auch das Schulungsthema angepackt. Uns war es wichtig, dass unser Außendienst versteht, was ist eine EDI oder OCE-Verbindung, wenn der Kunde danach fragt. Daneben haben wir unsere Firmenkultur hinterfragt und mit den Mitarbeitern begonnen, diese neu zu erdenken.

Hurtmanns: Herr Troiber, Sie sind einem Kooperationsverbund angeschlossen – namens Servicebund – Welche Vorteile bietet das?

Troiber: Früher waren es reine Einkaufsvorteile, heute gibt es dort Arbeitsgruppen, die neue Themen, neue Dienstleistungen gemeinsam einkaufen, um Geld zu sparen, z.B. mit einem eigenen Computerzentrum, um die Schnittstellen, die man immer wieder braucht, um schnell Programmieren zu können oder gemeinsame Software für den Webshop.

Hurtmanns: Nutzen Sie Plattformen?

Meister: Wir haben einen eigenen und offenen Webshop, klar den braucht man und an externen Plattformen kommen wir gar nicht vorbei. Das fordern unsere Kunden.

Hurtmanns: Herr Gerstmann, Sie haben eigene Plattformen aufgebaut. Warum?

Gerstmann: Wir wollten mit unserer Plattform das Booking.com der Bauindustrie werden, für die Vermietung von Baumaschinen sowie für den Gebraucht- und Servicebereich deutschlandweit steht der nächste Schritt kurz bevor. Wir wollten schneller sein als andere, damit man an uns nicht mehr vorbeikommt.

Podiumsdiskussion Runde 2

Plattformökonomie – Das Geschäftsmodell der Zukunft?

In dieser Diskussionsrunde kamen drei Betreiber von unterschiedlichen Plattformen zu Wort, um mit Frank Hurtmanns ihre Geschäftsmodelle und Erfahrungen zu diskutieren. Lesen Sie hier die wichtigsten Aussagen zusammengefasst.

Hurtmanns: Welche Vorteile bietet Ihre Plattform?

Schade: Mit Mercateo versuchen wir, dass die Geschäftsbeziehung zwischen Anbieter und Kunden 1:1 bestehen bleibt, aber eben über unsere Plattform digitalisiert wird. Kunden wollen offensichtlich Plattformen nutzen, im B2C Bereich ist das Thema durch, im B2B entsteht es gerade und ich kann sagen, wir wachsen derzeit im zweistelligen Bereich.

Hurtmanns: Warum sollten Großhändler Ihre Plattform nutzen?

Radynski: Bei Valeroo sind die Matching-Prozesse und Angebotsverfahren komplett digitalisiert. Wenn sich Großhändler bisher noch nicht mit dem Thema beschäftigt haben sollten, können Sie bei uns sofort auf der Plattform digital vertreten sein. Wir bieten Ihnen einen einfachen und kostengünstigen Einstieg.



„Auch im Einkauf bleibt die Zeit nicht stehen, nicht zuletzt sorgt die Digitalisierung für ständige Veränderung und erfordert die Weiterentwicklung im Einkauf“

Frank Radynski, Geschäftsführer bei Valeroo GmbH, Grünwald bei München

B2B Marktplatz für technische Komponenten und Industriegüter für Einkäufer aus der produzierenden Industrie



Gesprächspartner von Frank Hurtmanns waren v.l.n.r.: Lars Schade, Frank Radynski, Aleš Drabek
Die Diskussion können Sie im Originalton auf der Startseite von www.lgad.de abrufen.

Hurtmanns: Wie entwickelt sich die Plattform von Conrad Electronics?

Drabek: Mit den Marktplatz-Teilnehmern teilen wir uns die Aufgaben, wie das Listing, Preis-Setup, Produktdaten, Full-Fillment, etc. Wir sind eine starke E-Commerce Plattform mit einem breiten Kundenspektrum, für bei-de eine win-win-Situation und unsere Wachstumsziele liegen bei derzeit 20 % Plus zum Vormonat.

Hurtmanns: Was ist Ihr Geschäftsmodell, auch im Vergleich zu Amazon?

Schade: Wir verkaufen auf der Website keine eigenen Produkte. Die Logistik machen unsere Partner. Wir sichern die Vernetzung ähnlich wie bei Facebook. Für alle Marktteilnehmer organisieren wir ein Datentransaktionsmanagement. Jeder soll im elektronischen Prozess integriert werden, um das 1:1 Geschäftsverhältnis effizient zu unterstützen.

Und was Amazon betrifft, muss man hier Amazon Business betrachten, das einen ähnlichen Ansatz wie in ihrem B2C-Bereich verfolgt. Der Unterschied zu uns ist, dass sich diese als Intermediäre dazwischen setzen und die Hoheit darüber haben, wie die

Teilnehmer untereinander agieren.

Hurtmanns: Wenn man radikal denken will, könnte man fragen: Wollen Sie überhaupt Großhändler auf der Plattform haben?

Radynski: Natürlich, weil viele Einkäufer nach Produkten fragen, die exklusiv und nur über den Großhandel zu beziehen sind und weil diese individuell sind. Der Kunde soll einen Zugriff auf eine neue Einkäufer-schicht bekommen und umgekehrt und mein Appell an Großhändler ist, sich diesem digitalen Weg nicht zu verschließen.

Hurtmanns: Wie kann sich ein Marktplatzteilnehmer noch differenzieren?

Schade: Wir bieten einen einheitlichen Rahmen, aber jeder präsentiert sich mit seinen Stärken, seiner Geschäftsidee, seinen Servicegedanken auf der Plattform mit seiner Corporate Identity. Trotz eines vorgegebenen standardisierten Rahmens geben wir dennoch gute Möglichkeiten zur individuellen Differenzierung.

Hurtmanns: Wie bekommen Sie genügend Marktteilnehmer auf die Plattform?

Drabek: Die Strategie ist, Teil von etwas Neuem zu sein, neue Geschäftsmodelle

ausprobieren zu können und nicht alles selber machen zu müssen. Wir haben die Vision des One-Stop-Shops. Aufgaben wie Accounting, Customer Service laufen über Conrad, aber die direkte Verbindung läuft zwischen Kunden und Händler.

Hurtmanns: Herr Schade, spielt Regionalität in Zukunft noch eine Rolle?

Schade: Auf alle Fälle. Obwohl wir als Mercateo vom Internetgeschäft kommen, sehen wir durchaus den hohen Stellenwert an Serviceberatungsleistungen für regionale Kunden. Persönlich gewachsene 1:1 Kundenbeziehungen sind aufgrund des guten Vertrauensverhältnisses auch heute nicht so leicht zu ersetzen. Aber, der Kunde wird in Zukunft trotzdem mehr digitalen Service und schlanke Prozesse einfordern. Das muss der Großhandel leisten. Wie sich die jüngere Generation aufstellen wird, bleibt abzuwarten.



„Der Einstieg in den elektronischen B2B Handel gelingt dann, wenn die persönlich gewachsenen Kundenbeziehungen 1:1 abgebildet werden.“

Lars Schade, Geschäftsführer der Mercateo GmbH

Beschaffungsplattform für Geschäftskunden mit über 16.000 Herstellern, 200 Markenwelten, über 23. Mio. Artikel und über 1 Mio. Käufer

Hurtmanns: Welchen Mehrwert kann eine Plattform einem regionalen Großhändler bieten?

Radynski: Bisher regional ausgerichtete Großhändler erhalten mit Plattformen die Chance – ohne großen Mehraufwand – ihr Vertriebsgebiet national und international auszudehnen. Aber auch internationale Wettbewerber werden auf den deutschen Markt drängen, die Vertriebswege werden verstärkt in beide Richtungen gehen.

Hurtmanns: Herr Drabek, Conrad Electronic ist ja auch im B2C Handel tätig. Was können

wir eigentlich von B2C lernen?



„Der Mittelstand muss sich in Plattformstrategien vereinen, um in der Zukunft erfolgreich zu sein.“

Aleš Drabek, Chief Digital & Disruption Officer Conrad Electronics SE, Hirschau bei Amberg

Elektronikhandel im B2C und eigene B2B Plattform „Marketplace“ mit 8 Mio. Websitebesuchern im Monat, 70.000 Pakete am Tag und 2,4 Mio. B2B Kunden

Drabek: Im B2C hat man in den letzten 20 Jahren gesehen, dass sehr viele lokale Händler vom Markt verdrängt wurden. Meine Vermutung ist, dass diese Welle auch im Großhandel ankommen wird, vielleicht nicht ganz so heftig. Im Einzelhandel konnte man diese Entwicklung gut verfolgen. Auch im stationären Geschäft von Conrad Electronics ging die Kundenfrequenz jährlich um 8 Prozent zurück. Am Ende werden persönlich gewachsene Kundenbeziehungen alleine nicht reichen, diese Marktstellung des Großhandels zu halten. Diejenigen, die im B2C Geschäft standgehalten haben, konnten entweder ihre Stärke in der optimalen Kundenzufriedenheit ausbauen oder sie haben weitere Geschäftsmodelle erschlossen.

Hurtmanns: Der Großhandel füllt eine gewisse „Sandwichfunktion“ aus. Wandelt sich diese Situation?

Schade: Diese Fragestellung ist meines Erachtens tatsächlich offen. Viele Hersteller aus unterschiedlichen Branchen mit klassischen, mehrstufigen Vertriebswegen denken darüber nach, direkt an den Endkunden heranzutreten. Der Großhandel, der eigentlich dazwischen steht, muss daher definieren, in welcher Wertschöpfungsposition er sich zwischen Lieferanten und Endkunden sieht und künftig einordnen will. Ich glaube schon, dass der Großhandel eine Existenzberechtigung hat, wenn er es schafft, genau diesen Mehrwert seinen Kunden bewusst zu machen.

Dabei wird beispielsweise das Argument, den Transport der Ware schnellstmöglich zum Kunden zu bewerkstelligen, allein nicht mehr reichen. Das können andere besser. Den „Wert am Kunden“ muss man anpacken, das hat man in der Vergangenheit viel zu sehr versteckt. Die pfiffigen Händler machen das schon, die werden auch überleben.

Hurtmanns: Herr Drabek, eine abschließende Frage, Sie führen den Titel Chief Digital Disruption Officer. Was bedeutet eigentlich der Begriff Disruption konkret in Ihrem Unternehmen?

Drabek: Der Begriff steht für „Wirbelmacht“. Meine Aufgabe ist es demnach, Wirbel zu machen und die Prozesse im Unternehmen zu optimieren und zu digitalisieren. Denn bei etlichen Verkaufsprodukten müssen wir uns künftig auf eine Null-Margen-Situation einstellen. Viel wichtiger wird als Produkt die „Daten-Connectivity“ werden. Die Frage, die sich jeder stellen muss, lautet, was sind unsere Geschäftsmodelle in der Zukunft?

Hurtmanns: Alle drei Diskutanten darf ich bitten, diesen Abschlusssatz zu vervollständigen: Der Großhandel hat als Wirtschaftsstufe eine Existenzberechtigung, wenn ...

Radinsky: ... er sich digital für die Zukunft aufstellt, ist der Großhandel der gewachsene Partner. Er muss sich der neuen Zeit stellen und sich gegebenenfalls Unterstützung von extern holen.

Schade: ... er seine Wertschöpfung dem Markt klar macht, sowohl in Hersteller- als auch in Kundenrichtung und das mit digitaler Unterstützung. Und was die Plattformökonomie betrifft, sollte man genau hinsehen und in Ruhe eine Strategie entwickeln.

Drabek: ... er sich in den nächsten 3 bis 4 Jahren massiv verändert und sich eine neue Wertschöpfungsberechtigung erarbeitet. Ich würde empfehlen, wirklich durchzustarten, mit allen Möglichkeiten: Mit den Mitarbeitern, mit neuen Technologien, mit neuen innovativen Geschäftsmodellen und Serviceangeboten.

Podiumsdiskussion Runde 3

Systemrelevanz des Groß- und Außenhandels heute und morgen – Was sind die richtigen Strategien?

Wie die Rolle der Großhandels als Intermediäre in Zukunft aussehen wird, war das Thema, über das Frank Hurtmanns mit den Experten aus der Wissenschaft diskutierte, auch um Appetit zu machen, sich der Digitalisierung weiter zu öffnen und mögliche strategische Ansätze aufzuzeigen.

Hurtmanns: Plattformbildung wurde bereits zurzeit von New Economy Anfang des Jahrtausends versucht. Heute in 2019 haben sich Online-Plattformen etabliert. Warum ist es heute anders?

Dr. Wittmann: Die Situation im Vergleich von damals zu heute ist, dass wir viel mehr Erfahrung mit digitalen Technologien haben und mehr Lehren aus den Fehlern von damals gezogen haben. Die These, dass der Großhandel überflüssig ist, gibt es ja schon relativ lange. Dazu möchte ich nur sagen, dass Innovationen kurzfristig überschätzt und langfristig unterschätzt werden.

Prof. Dr. Wrobel: Nach 20 Jahren steht uns heute eine ausgereifte Technologie zur Verfügung, wir haben ganz andere Rechner-Kapazitäten. Wir erleben die Umsetzung derzeit sehr massiv.



Gesprächspartner von Frank Hurtmanns waren v.l.n.r.: Dr. Georg Wittmann und Prof. Dr. Heiko Wrobel

Frank Hurtmanns: Heute haben wir verschiedene Prozess- und Versorgungswege (siehe Abbildung), direkt vom Hersteller zum Kunden, über den Großhandel und mittlerweile über Plattformen. Was wird sich daran Ihrer Einschätzung nach ändern?

Dr. Wittmann: Die Wahrheit liegt irgendwo in der Mitte. Meiner Einschätzung nach, wird es auch in der Zukunft nicht nur einen Vertriebsweg geben, sondern mehrere Kanäle parallel nebeneinander. Grund dafür sind die bereits etablierten Lieferbeziehun-

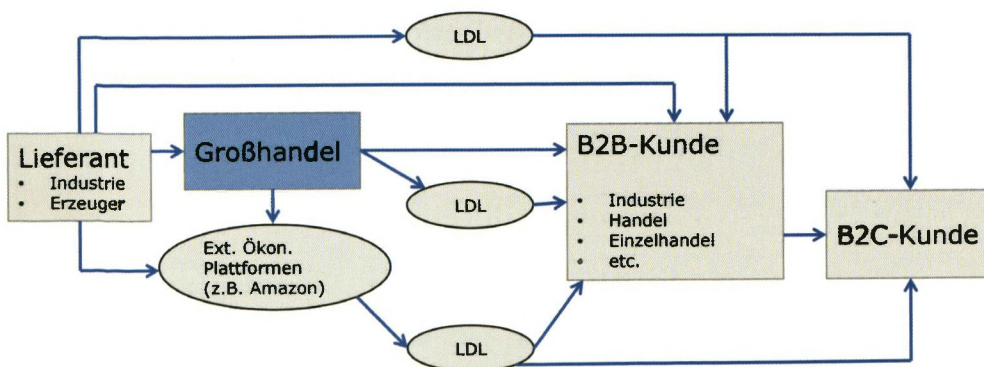
gen. Die Herausforderung wird für den Großhandel sein, sich in dieses System verstärkt einzuflechten.

Hurtmanns: Wird die Plattformökonomie zunehmen?

Dr. Wittmann: Ja, aus zwei Gründen. Zum einen, weil bei den vielen Unternehmen, die draußen im Vertrieb unterwegs sind, Plattformen Mehrwerte bieten. Und es müssen dabei nicht immer die Großen wie Amazon oder Alibaba sein, beispielsweise braucht man im Stahlhandel ganz spezielle Anwendungen. Im Einkaufsprozess geht es heute nicht mehr nur rein um die Beschaffung, sondern auch um den Service rund um Produkte.

Hurtmanns: Wird der einzelne Großhändler zum Problemlösungsanbieter?

Prof. Dr. Wrobel: Das muss er werden! Letztendlich gilt es, sich zu fragen, was ist der Mehrwert, die Wertschöpfung, die ich meinen Kunden morgen bieten kann? Wenn sie erkennen, wo sich Lücken und damit Chancen in der Zukunft auftun, kann die Digitalisierung ein Werkzeug sein, um neue Werte



- Der Deutsche Großhandel bleibt systemrelevant:
- Allerdings wird das Lieferanten- und Kundenverhalten die Nutzung der Prozessketten entscheiden (Prozesskettendimensionierung)
- Spezialisierungsvorteile und Skaleneffekte werden an Bedeutung gewinnen.

zu schaffen, insbesondere wenn man in Konkurrenz steht.

Hurtmanns: Damit geht ja auch die Spezialisierung einher. Was muss der Großhandel da tun?

Prof. Dr. Wrobel: Es geht darum, Kernprobleme in den einzelnen Domänen zu verstehen, wo liegen Wertschöpfungspotenziale brach. Diese systematisch zu erfassen, dafür gibt es Methoden. Service Engineering, Ideen zu binden und bis zur Entwicklung umzusetzen, die Mitarbeiter weiterzuentwickeln, die Prozesse beim Kunden zu verstehen, und beim Kunden des Kunden, und dafür Lösungen zu entwickeln, digital oder auch nicht-digital. Das ist und bleibt ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Sich nur zu digitalisieren, um erfolgreich zu sein, wird die Lösung allein nicht sein.

Hurtmanns: Heißt das, dass sich der Großhandel im Vertrieb Multichannel aufstellen muss?

Dr. Wittmann: Ja, ich denke, das trifft für die meisten zu. Genügend Studien sagen, dass es immer unterschiedliche Kundenbedarfe und damit verschiedene Vertriebskanäle geben wird. Wichtiger werden eher die internen Prozesse, beispielsweise den Außendienst digital stärken, indem man ihm viel mehr Zugriff auf Kunden- und Produktdaten für seine Beratung gibt.

Hurtmanns: Zwischen den Wirtschaftsbeteiligten transferiert der Großhandel heute Waren im Wert von über 1,3 Billionen Euro und ist somit für das Funktionieren dieser Ströme enorm wichtig. Wird der Großhandel in Zukunft systemrelevant bleiben?

Prof. Dr. Wrobel: Es gibt da keinen Freischein dafür. Die Antwort lautet aus meiner Sicht: Ja, wenn er den Mehrwert für seine Kunden klar erkennbar herausarbeitet. Sprich, selber wissen, wo liegt die Wertschöpfung von morgen und wie kann diese kommuniziert werden. Und wenn er letztendlich auch an seinem Ökosystem arbeitet, sprich das ganze Thema Forschung und Entwicklung einschließt. Amazon investierte hier in 2018 über 20 Milliarden Euro,



„Auch für den Großhandel wird eine erfolgreiche Bewältigung der Digitalisierung Grundlage dafür sein, sich nachhaltig am Markt behaupten zu können.“

Prof. Dr. Heiko Wrobel, Leiter des Geschäftsfeldes Großhandel/B2B bei Fraunhofer-Arbeitsgruppe für Supply Chain Services SCS und Professor für Logistik, Großhandel und allg. Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Hochschule Nürnberg

150 Großhändler zusammengenommen weniger als 3 Milliarden. Der einzelne Mittelständler allein wird das in Zukunft nicht mehr ausgleichen können. Der Aufbau von Kooperationen wird elementar werden. Der Clou an den Plattformen ist gerade, dass sie viele multiplizierbare Funktionen zu geringen Kosten ermöglichen können.

Dr. Wittmann: Kooperationen zu suchen, um diese Last der Digitalisierung zu schultern, finanziell und auch vom Aufwand her, ist ein gangbarer Weg. Entscheidend wird für Mittelständler auch sein, die forschungsnahen



„Knapp jeder fünfte Großhändler erzielt die Hälfte des Umsatzes bereits online, Tendenz klar steigend“

Dr. Georg Wittmann, Geschäftsführer ibi research an der Universität Regensburg GmbH

ibi research betreibt anwendungsorientierte Forschung und Beratung mit Schwerpunkt auf Digitalisierung & Innovationen

Themen anzuschauen und Neues auszuprobieren. So wie es auch die Vorredner gesagt haben: „Du musst halt mal mit irgendetwas anfangen!“ Diese Anfänge tun weh. Man merkt dann, dass etwas länger dauert oder mehr kostet, aber man lernt unheimlich viel.

Im Markt gibt es genügend, die das bereits tun. Die Schwierigkeit ist, dass es keine Rezepte gibt.

Hurtmanns: Heute haben wir es mit Marktspielern zu tun, die mit geballter Kraft und ihrer kritischen Masse die Marktbedingungen definieren können. Darüber hat Amazon seine Bedeutung gewonnen. Lieferanten und Kunden werden darüber mitentscheiden, wieviel Anteil am Kuchen der Großhandel in Zukunft haben wird. Was sind dann die richtigen Strategien für unsere Wirtschaftsstufe?

Dr. Wittmann: Die Vogel-Strauß-Strategie ist auf keinen Fall die richtige Strategie. Deshalb rentiert es sich, auf den Zug aufzuspringen und nach vorne zu blicken. Es wird nicht für jeden die „One-Size-Fits-All“-Lösung geben. Wenn jeder dasselbe macht, wird es nicht funktionieren. Wichtig, dass jeder seinen Weg selber findet. Da gibt es Hilfestellungen, sei es von öffentlichen Stellen, von Verbänden, von Beratern, um eine Firmenstrategie zu entwickeln.

Prof. Dr. Wrobel: Volkswirtschaftlich braucht der Großhandel eine Art Grünbuch oder Agenda 2030, wo er sich positionieren kann. In Deutschland gibt es über 100 Logistik-Professuren, ganze fünf für den Großhandel. Es ist nicht nur eine Frage der Großhändler, sondern des ganzen Ökosystems, der Lieferanten, der Kunden, der Wirtschaftspolitik, der Forschung, der Verbände. Es gibt viel an Veränderungsbedarf und viele Kooperationsmöglichkeiten.

Hurtmanns: Als Verband werden wir auch dazu beitragen, dass wir in diesen Fragen mehr Erkenntnisse erzielen, denn bevor man in eine Richtung segelt, sollte man auch wissen, wie der Kurs verlaufen soll.

Alle Reden und Diskussionen können Sie auf der Startseite von www.lgad.de abrufen.

Mitglieder des LGAD Bayern e.V. trafen sich zur ordentlichen Mitgliederversammlung des Verbandes

Alle zwei Jahre hält der LGAD seine satzungsgemäße Mitgliederversammlung ab. So konnte Präsident Christoph Leicher am 4. Juli die Vertreter der Mitgliedsunternehmen im Haus der Bayerischen Wirtschaft in München begrüßen.

Hauptgeschäftsführer Frank Hurtmanns berichtete ausführlich über die Geschäftsaktivitäten der vergangenen zwei Jahre seit der letzten Versammlung in 2017 und gab einen Ausblick für die nächsten Jahre.

Wesentliche Aktivitäten

■ Die Tarifpolitik gestaltete sich 2019 als schwierig. Hinsichtlich des veralteten und erneuerungsbedürftigen Manteltarifvertrages fehlt auf der Gewerkschaftsseite die Bereitschaft zur Modernisierung und Anpassung an geänderte Arbeitsbedingungen und -erfordernisse. Die Tarifrunde 2019 konnte erst nach 4 Verhandlungsrunden im Juli abgeschlossen werden, allerdings mit einem für beide Seiten akzeptablen Ergebnis. Derzeit wird auf Basis des neuen Betriebsrentenstärkungsgesetzes die Möglichkeit eines Sozialpartnermodells für die betriebliche Altersvorsorge geprüft.

■ Das zum 1. Januar 2017 eingeführte Entgelttarifwerk für den Bayerischen Groß- und Außenhandel wurde umgesetzt und alle Rechtsstreitigkeiten erfolgreich beigelegt.

■ Im Bereich Beratung und Service wurde die konzeptionelle Beratung rund um die Arbeitgeberfunktion ausgebaut und ein erweitertes Leistungsspektrum – insbesondere für die wirtschaftsrechtlichen Fragen – über die privilegierten Servicepartner geschaffen.

■ Seit Anfang 2019 werden Jahresgespräche mit den Mitgliedern durchgeführt („Member Experience“), um noch besser auf die individuellen Wünsche und Vorstellungen des einzelnen Mitglieds eingehen zu können.

■ Zur Analyse des betrieblichen Ver-



Die LGAD-Mitgliederversammlung bei den Abstimmungen. Dabei hat jedes Mitgliedsunternehmen genau eine Stimme.

gütungssystems wurde aktuell das Instrument des LGAD-Vergütungsscheck entwickelt. Dabei wird der Zustand des Vergütungssystems und Vergütungsmanagements in vier Feldern analysiert und in acht Handlungsfeldern Verbesserungsmöglichkeiten aufgezeigt. Mitglieder können sich auf Anfrage konkret beraten lassen.

■ Im Bereich Aus- und Weiterbildung stellt das Neuordnungsverfahren des Berufsbildes „Kaufmann/Kauffrau für Groß- und Außenhandels(-management)“ derzeit das zentrale Projekt dar. Bislang sind die Ausbildungsordnung, der Ausbildungsrahmenplan sowie der Rahmenlehrplan weitgehend fertiggestellt, sodass die Umsetzung für 2020 geplant ist.

■ Im Berichtszeitraum wurde das LGAD-Veranstaltungsprogramm neu strukturiert. Insbesondere ist hier das Personalleiterforum zu erwähnen, welches mit großem Erfolg erstmalig am 13. November 2018 stattfand. Als Premiumveranstaltung soll das Personalleiterforum künftig im jährlichen Wechsel mit dem Verbandstag stattfinden. Geplant sind außerdem ein Juniorenprogramm und sogenannte Erfa-Gruppen für Personalfunktionen.

■ Ab 2018 konnte die neue Beitragsordnung, u.a. mittels Durchführung von über 140 Einzelgesprächen und -besuchen, weitgehend ergebnisneutral umgesetzt werden. Darüber hinaus sind die Mitgliederzahlen im Berichtszeitraum gestiegen.

Rechnungsprüfung und Entlastung

Als Schatzmeister des LGAD ging Wolf Maser, Geschäftsführer der Gebr. Maser GmbH, auf die Entwicklung der finanziellen Situation des Verbandes ein, welche sich mit jeweils positiven Jahresabschlüssen in 2017 und 2018 als sehr erfreulich darstellt. Auch die Umstellung des Mitgliedsbeitragsystems im Verband in 2018 ist aus seiner Sicht gelungen.



LGAD-Präsidium mit Wolf Maser, Schatzmeister des LGAD (rechts) bei seinem Rechenschaftsbericht



Der Geschäftsleiter der J.J. Darboven GmbH, Michael Kramer erläuterte im Anschluss die von ihm durchgeführte Prüfung der Rechnungslegung im Verband, die er am 13. Juni vorgenommen hatte. Dabei lag sein Hauptaugenmerk auf der Einnahmen- und Aus-

gabensituation sowie den Jahresergebnissen. Nachdem es keinerlei Beanstandungen über die Arbeit der Verbandsorgane gab, empfahl Wolfgang Bihler, Geschäftsführer der Bihler GmbH & Co. KG aus Babenhäusen, der Mitgliederversammlung die Ent-

lastung der Gremien sowie der Geschäftsführung für die Geschäftsjahre 2017 und 2018. Diese wurden einstimmig ausgesprochen.

LGAD plant neues Corporate Design



Landesverband Bayern
Großhandel · Außenhandel
Dienstleistungen e.V.

Der Zusammenschluss von Großhändlern, Außenhändlern und gewerbeverbindenden Vertriebs- und Dienstleistungsunternehmen im LGAD erhält in den nächsten Monaten einen neuen Anstrich. LGAD-Präsident Leicher stellte den Mitgliedern die Überlegungen für ein moderneres Erscheinungsbild des Verbandes vor. So stehen neben der Entwicklung eines neuen Corporate Designs auch die Einführung eines überarbeiteten Logos sowie die Änderung des Verbandsnamens zur Diskussion. Dabei soll die Betonung auf Großhandel, Außenhandel und Dienstleistungen sowie die regionale Verankerung in Bayern liegen. Die Abkürzung als eingeführte Wortmarke LGAD und LGAD Bayern e.V. soll in der bekannten Form bestehen bleiben.

Mit breiter Zustimmung hat die Mitgliederversammlung die neue Bezeichnung „Landesverband Bayern Großhandel · Außenhandel · Dienstleistungen e.V.“ begrüßt und bestätigt. Der neue Name wird rechtskräftig, sobald die Eintragung in das Vereinsregister erfolgt ist. Die Umsetzung sowie Umstellung aller Print- und Online-Darstellungen ist nach und nach kostensparend zum Jahresbeginn 2020 geplant. Wir werden Sie über alle Maßnahmen und Änderungen auf dem Laufenden halten.

IMPRESSUM

Erscheinungsweise: zweimonatig
Verleger: Wirtschaftshilfe des Bayerischen
Groß- und Außenhandels GmbH
Alleiniger Gesellschafter:
Landesverband Groß- und Außenhandel,
Vertrieb und Dienstleistungen Bayern e.V.
Verantwortlich für Redaktion
und Anzeigenteil:
Nils Paul und Helmut Ruhland
Grafik: Newsletter Nick Hermanns,
München
Druck: Typobierl Satz & Druck GmbH,
München
Hauptgeschäftsstelle:
Max-Joseph-Str. 5, 80333 München
Postfach 201337, 80013 München
Tel: (089) 54 59 37 – 0
Fax: (089) 54 59 37 – 30
info@lgad.de
www.lgad.de
Geschäftsstelle Nürnberg:
Sandstr. 29, 90443 Nürnberg
Tel: (0911) 20 31 80
Fax: (0911) 22 16 37
nuernberg@lgad.de

Wahlen der neuen Gremien für 2019–2023



V.l.n.r.: Dr. Susanne Kortendick (METRO Deutschland GmbH), Kurt Baumgärtner (Gienger München KG), Eva Boesze (BayWa AG), Wolf Maser (Gebr. Maser GmbH), Max Schneider (Jos. Schneider GmbH), Andreas Frank (Staub & Co. – Silbermann GmbH), Alexandra Mebus (Zeppelin GmbH), Christoph Leicher (Leicher Engineering GmbH), Holger Mark (Deutsche AVIA Mineralöl GmbH), Thomas Braun (Schmitt & Orschler GmbH & Co.KG), Horst Horn (METRO Deutschland GmbH), Max Hegener (Millennium 2000 GmbH), Michael Zink (Bayerischer Fliesenhandel GmbH), Florian Leebmann (Innstolz Käsewerk Roiner KG), Charlotte Lamb (Max Lamb GmbH & Co.KG), Christian Seel-Mayer (HAMA GmbH & Co.KG), Frank Hurtmanns (LGAD), Ulrike Lenz (W. Markmiller oHG)

Die Mitgliederversammlung als beschlussfassendes Organ des Verbandes wählte die neuen Gremien für die nächste Amtsperiode 2019 bis 2023. Dies sind die Vorstand-schaft, Rechnungsprüfer, Verwaltungsrat des Solidaritätsfonds, Tarifkommission, Berufsbildungs- und Außenhandelsausschuss.

Nur durch das ehrenamtliche Mitwirken erfahrener Mitgliedsunternehmen kann der LGAD sicherstellen, die Anliegen der Wirtschaftsstufe zu vertreten.

Allen ausgeschiedenen Gremienmitgliedern, die sich nicht mehr zur Wahl gestellt haben, sprach Präsident Leicher seinen Dank für ihre jahrelange ehrenamtliche Mitarbeit aus.

Die komplette Übersicht der neu gewählten LGAD-Gremien und Ausschüsse finden Sie auf www.lgad.de im Menü „Über uns“.

Präsident Christoph Leicher wird künftig von erweitertem Präsidium unterstützt

Im Anschluss trat der neu gewählte LGAD-Vorstand zusammen und wählte satzungsgemäß auch das Präsidium neu. So wurde Christoph Leicher, Geschäftsführer der Leicher Engineering GmbH aus Kirchheim, erneut als Präsident vorgeschlagen und

einstimmig wiedergewählt. Bei der Zusammensetzung der Stellvertreter wird es Veränderungen geben: So hatte im Vorfeld die Mitgliederversammlung mit einer Satzungsänderung beschlossen, die Anzahl von bisher drei möglichen Vizepräsidenten auf künftig fünf zu erhöhen.

Langjährige Vizepräsidentin Petra SchmidtKonz verabschiedet

Nicht mehr zur Wahl für Vorstandschaft und Präsidium stellte sich die Geschäftsführerin des Mitgliedunternehmens Mühlmeier GmbH aus Bärnau in der Oberpfalz. Petra SchmidtKonz brachte sich über siebzehn Jahre in vielen Themen der Verbandsarbeit persönlich ein, insbesondere auch im Bereich Außenhandel war sie u.a. im LGAD-Außenhandelsausschuss, aber auch auf Bundesebene im BGA und BDEx sehr aktiv.



Christoph Leicher und Frank Hurtmanns bedankten sich für das langjährige ehrenamtliche Engagement von Petra SchmidtKonz.



Neu gewähltes LGAD-Präsidium
v.l.n.r.: Schatzmeister Wolf Maser (Gebr. Maser GmbH), LGAD-Hauptgeschäftsführer Frank Hurtmanns, neu: Vizepräsidentin Eva Boesze (BayWa AG), Präsident Christoph Leicher (Leicher Engineering GmbH), neu: Vizepräsidentin Dr. Susanne Kortendick (METRO Deutschland GmbH), neu: Vizepräsident Max Hegener (Millennium 2000 GmbH), Vorsitzender der Tarif- und Arbeitgeberkommission Horst Horn (METRO Deutschland GmbH)

Verband erinnert an verstorbene Mitglieder, Kolleginnen und Kollegen

Mit einer Gedenkminute erinnerte die Mitgliederversammlung an die verstorbenen Kollegen und Mitglieder. Seit der letzten Mitgliederversammlung in 2017 sind nachfolgende Kollegen und Mitglieder von uns gegangen.

Gedenken an unsere Verstorbenen

Richard Ultsch +2017	Inhaber und Geschäftsführer	Leop. Siegle GmbH Augsburg
Michael Schulz +2017	Komplementär und Geschäftsführer	Metall Schulz GmbH Nürnberg
Ida Steinhoff +2018	Langjährige Mitarbeiterin	LGAD Bayern e.V. München
Dr. Wolfgang Bauer +2018	Rechtsanwalt	LGAD Bayern e.V. München
Heinz Künstner +2018	Seniorchef	J+K Jugard & Künstner München, Altdorf, Gera
Hans Mahler +2018	Langjähriger Firmenchef	Josef Walter GmbH Weilheim
Hans Heinzmann +2019	Ehem. Kommanditist	Heinzmann Autotechnik Gunzenhausen
Günther Kötteritzsch +2019	Vorstand	Eisen Knorr GmbH Weiden

Langjähriges LGAD-Vorstandsmitglied Günther Kötteritzsch unerwartet verstorben

Am 9. Mai verabschiedete sich der langjährige Vorstand der Eisen Knorr GmbH in den Ruhestand und einen Monat später am 9. Juni verstarb Günther Kötteritzsch nach kurzer und schwerer Krankheit. Günther Kötteritzsch war 50 Jahre lang im Unternehmen in verschiedenen Abteilungen und Funktionen tätig, die letzten 13 Jahre als Vorstand des LGAD-Mitglieds aus Weiden. Ehrenamtlich unterstützte er viele Jahre die Verbandsarbeit durch seine Mitgliedschaft in der Vorstandschaft. Der LGAD Bayern wird ihn in dankbarer Erinnerung behalten.

Aus dem Themenfeld „Berufliche Bildung“

Nachwuchs gewinnen – Teilnahme an der MINT-Woche 2019!

Vom 14. bis 20. Oktober veranstaltet die „Allianz für starke Berufsbildung in Bayern“ die MINT-Woche. MINT steht für M-athe, I-nformatik, N-aturwissenschaft und T-echnik, also jede Menge Berufe, von Augenoptik bis Zahntechnik. Bayernweit finden Veranstaltungen statt. Zielgruppe sind v. a. Jugendliche in der Berufsorientierung. Das Event bietet Unternehmen die Chance, sich und die Karrierechancen vorzustellen, z.B. mit Infotagen, Schnupperangeboten, Mini-Praktika und Workshops. Auf der Website „Ausbildungswochen Bayern“ www.ausbildungswochen.bayern/veranstaltungen können Sie über einen Gastzugang selbst Ihre Veranstaltung zur Berufsorientierung eintragen. Dort finden Sie auch Werbematerial, Info-Flyer, Einladungsvorlagen sowie das Aktionslogo für Briefpapier, Flyer, Poster usw. Kontakt: ausbildungswochen@trio-group.de.

Fit werden im Online-Marketing

Für Mitarbeiter, die im Marketing von Handelsunternehmen arbeiten, bietet die Akademie Handel im Herbst 2019 an drei fränkischen Standorten ein neues Seminar „Online Marketing Spezialist/-in“ an. KMUs erhalten durch eine Förderung des Freistaats einen Vorzugspreis. In drei Tagen erfahren Teilnehmer, welche Möglichkeiten Online-Marketing bietet und welche Tools für das Unternehmen die passenden sind. Eine komplette Online-Marketing-Strategie wird erarbeitet, die alle für das Unternehmen notwendigen und zielführenden Instrumente, wie z.B. Suchmaschinenoptimierung und -werbung (SEO/SEA) sinnvoll steuert und die Usability der eigenen Website steigert. Mehr Infos: www.akademie-handel.de/weiterbildung/online-marketing-spezialist

Terminvorschau

24. September	7. Bayerischer CSR Tag, München (www.ihk-muenchen.de/csr-tag)
14.–20. Oktober	MINT-Woche Bayern (www.ausbildungswochen.bayern)
17. Oktober	E-Commerce-Tag, Regensburg Continental Arena (www.ibi.de)
24. Oktober	Münchner Exportkontrolltag (www.ihk-muenchen.de/exportkontrolltag)
26. November	Wichtiger Terminhinweis: Neuer ganztägiger „Workshop Arbeitsrecht“ - Die verhaltens- und krankheitsbedingte Kündigung, München (Einladung folgt)

LGAD-Verbandstag, 4. Juli 2019

Impressionen vom Informations- und Ausstellerbereich



Wir bedanken uns bei allen Mitwirkenden, die zum Erfolg des Verbandstages 2019 beigetragen haben – unsere Mitgliedsunternehmen, unsere Partner, Aussteller und Sponsoren sowie natürlich unsere Referenten und Experten.





Liebe Leser,
liebe Mitglieder,

in der diesjährigen Mitgliederversammlung am 4. Juli wurden die neuen ehrenamtlich Aktiven für unsere Gremien und Ausschüsse gewählt. Wir berichteten bereits in der letzten Sonderausgabe. Um Sie noch besser hierüber zu informieren und Ihnen noch direkter wertvollen Input für Ihre Arbeit zu liefern, haben wir uns entschlossen, Einladungen, Tagesordnungen, Vorträge und Ergebnisprotokolle unserer Gremien im jeweiligen Themenfeld des Mitgliederbereichs unserer Website für Sie unmittelbar zur Verfügung zu stellen. Nutzen Sie dieses neue Angebot.

In unserer halbjährlichen Konjunkturumfrage haben wir das aktuelle wirtschaftliche Stimmungsbild und die Erwartungen im Groß- und Außenhandel erhoben. Erstmals haben wir dies zusammen mit unserem Bundesverband BGA auch auf Bundesebene getan, was zu interessanten Vergleichsergebnissen führt. Für Bayern haben sich die Aussichten leider eingetrübt – mehr dazu lesen Sie hier oder unter www.lgad.de im Themenfeld „Konjunktur/Zahlen/Analysen“.

Im November jährt sich zum fünften Mal der Abschluss unseres EntgeltTarifWerks (ETW) für die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Bayerischen Groß- und Außenhandel. Die Einführung ist in den Unternehmen abgeschlossen. Wir blicken in einem Gespräch mit den „Vätern des ETW“ auf die Besonderheiten und Erfahrungen zurück.

Frank Hurtmanns

Ihr
Frank Hurtmanns



Konjunkturumfrage im Groß- und Außenhandel

Großhandels-Indikator: Stimmungsbild deutlich gedämpft

Mit einem Umsatz von etwa 218,5 Milliarden Euro, 343.400 Beschäftigten und etwa 25.800 Unternehmen im Jahr 2017 ist Bayern eine der wichtigsten Großhandelsregionen in Deutschland. Der bayerische Großhandel ist somit wichtiger Partner für vor- und nachgelagerte Wirtschaftsstufen.

Der von BGA und LGAD erstellte Klimaindikator basiert auf der repräsentativen Umfrage unter den Unternehmen des Großhandels vom Sommer 2019. Der Indikator spiegelt sowohl die aktuelle Lage als auch die Geschäftserwartungen der Großhändler in Bayern. Werte über 100 stellen ein positives, Werte unter 100 Punkte ein negatives Stimmungsbild dar.

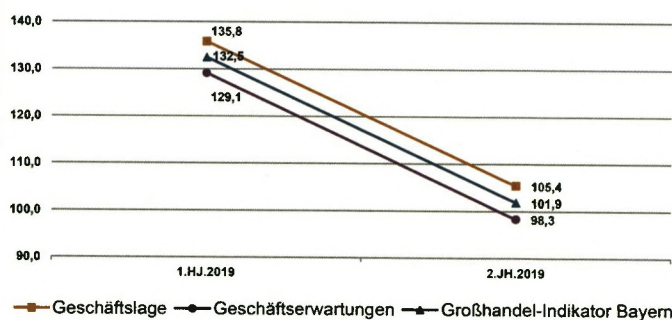
Im ersten Halbjahr 2019 lag der Kli-

maindikator für den bayerischen Großhandel noch auf dem hohen Niveau von 132,5 Punkten. Im zweiten Halbjahr sinkt er auf ein nur noch leicht positives Niveau von 101,9 Punkten. Er gibt somit um 30,6 Punkte nach. Der bundesweite BGA-Klimaindikator liegt im Vergleichszeitraum bei 96,6 Punkten. Damit bewerten die Großhändler in Bayern ihre Lage um 5,3 Punkte besser als auf Bundesebene.

Verantwortlich für das bessere Ergebnis ist laut der Unternehmensbefragung vom Au-

gust 2019 die bessere Bewertung sowohl der aktuellen Geschäftslage als auch der Erwartungen. Die aktuelle Geschäftslage erreicht in Bayern einen Wert von 105,4 Punkten, auf Bundesebene sind es 100,8 Punkte. Im Vergleich zum ersten Halbjahr sinkt die Einschätzung in Bayern um 30,4 Punkte und spiegelt damit die verhaltene Stimmung der Großhändler. Vor allem schlechtere Bewertungen bei den Erträgen, den Umsätzen sowie den Auftragsengängen und Kapazitätsauslastungen lassen die aktuelle Bewertung sinken.

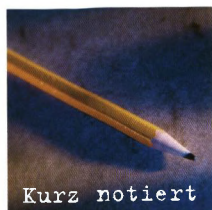
Entwicklung Großhandels-Klimaindikator Bayern



(Quelle: BGA Unternehmensbefragung, Dezember 2018, August 2019; Grafik: BGA)

Die Geschäftserwartungen folgen diesem Trend. Mit 98,3 Punkten liegt die Einschätzung für die Zukunft um 30,8 Punkte niedriger als noch im Halbjahr zuvor (129,1 Punkte). Der Wert fällt unter die 100-Punkte-Marke und zeigt damit eine negative Stimmung an. Im Vergleich zur Bundesebene (92,5 Punkte) liegt die Einschätzung in Bayern höher. Auch für die absehbare Zukunft rechnen die Großhändler in Bayern mit weniger Ertrag, Umsatz und niedrigerer Kapazitätsauslastung.

Fortsetzung auf Seite 2



Kurz notiert

UNSERE BEILAGEN

NEU: LGAD „Workshop Arbeitsrecht“

Im Arbeitsbereich Recht bietet der LGAD ab diesem Herbst neben den bewährte FASO-Seminaren als neues Format den „Workshop Arbeitsrecht“ an. Während in den halbtägigen FASO-Seminaren ein grundlegender Überblick über aktuelle rechtliche Themen und aktuelle Rechtsprechung gegeben wird, wird im ganztägigen „Workshop Arbeitsrecht“ ein intensives Training zu einem bestimmten arbeitsrechtlichen Schwerpunktthema angeboten. Ziel ist es, personalverantwortliche Mitarbeiter praxisnah weiterzubilden, um eigenverantwortlich das erlernte Know-how in der täglichen Arbeit im Unternehmen anzuwenden. Beiliegend erhalten Sie unsere Programmeinladung.

Gesundheitsförderung im Betrieb

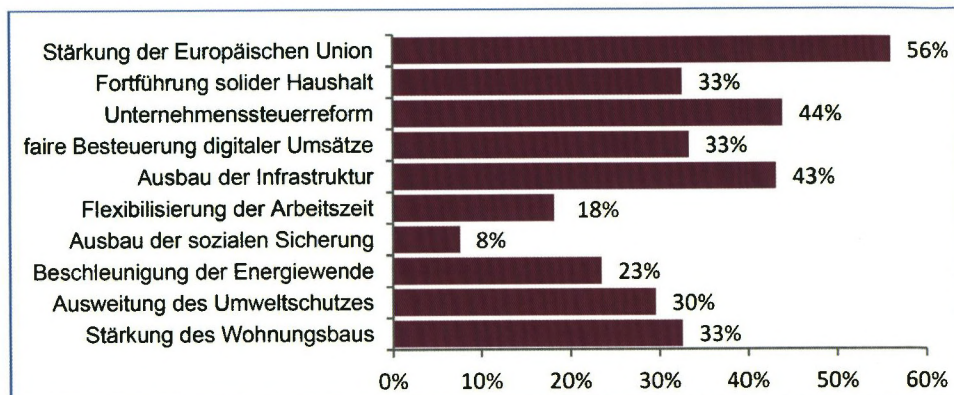
Als Gast und Aussteller auf dem LGAD-Verbandstag am 4. Juli präsentierte sich das bekannte Hotel „Passauer Wolf“ mit seinem Gesundheitsangebot, u. a. der Rehabilitation und mittlerweile verstärkt den gesundheitlichen Präventionsmaßnahmen für Mitarbeiter in Unternehmen. Dafür steht das Programm „Abenteuer R.O.T by Passauer Wolf“, dessen Möglichkeiten Ihnen der beiliegende Flyer aufzeigt.

Digitalisierung der Gehaltsabrechnungen

Die LGAD-Tochter DVH – Datenverarbeitungsdienst des Handels GmbH bietet seit Neuem digitale Gehaltsabrechnungen an. Der beiliegende Flyer erklärt das neue Serviceangebot des „DVH OneClick Portal“. Hier werden alle Aufgaben der Gehaltsabrechnung digital erledigt, von der Meldung an die Krankenkassen und an die Finanzämter bis hin zur papierlosen, digitalen Übermittlung der Gehaltsabrechnung. Nutzen Sie das Angebot der DVH – schnell, zuverlässig, kostengünstig, sicher.

Fortsetzung von Seite 1:

Wo sollte die Große Koalition aus Sicht Ihres Unternehmens die Prioritäten in der verbleibenden, laufenden Legislaturperiode setzen?



(Quelle: Unternehmensbefragung, August 2019, Grafik: BGA)

Sinkende Kapazitätsauslastung und Auftragseingänge

In der Umfrage vom Winter 2018/2019 bewerteten die Groß- und Außenhändler in Bayern die Auftragseingänge noch mit jeweils 34 Punkten. Diese Bewertung lag knapp über der damaligen Kapazitätsauslastung (30 Punkte). Das Auftragspolster nahm folglich im vorigen Halbjahr noch zu. Die aktuelle Umfrage vom August ergibt eine umgekehrte Einschätzung: Die derzeitige Kapazitätsauslastung sinkt auf 5 Punkte und die Auftragseingänge sogar auf -9 Punkte ab. Die ist ein deutliches Anzeichen dafür, dass das Auftragspolster der Großhändler zunehmend abschmilzt. Es werden mehr Aufträge abgearbeitet, als neue hinzukommen.

Verhaltene Investitionstätigkeit

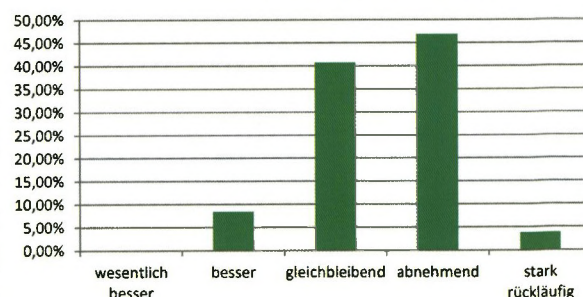
Die Bewertung der aktuellen und zukünftigen Investitionen im bayerischen Groß- und Außenhandel zeigt, dass für die zweite Jahreshälfte 2019 ein niedriges Niveau zu erwarten ist (-34 Punkte), während die Befragten im Winter 2018/19 ihre aktuelle Investitionstätigkeit noch mit 26 Punkten bewerteten.

Wirtschaftspolitische Prioritäten

Die befragten Unternehmen in Bayern halten mit deutlichem Abstand eine Stärkung der Europäischen Union für prioritär. Aber auch eine Modernisierung der Unternehmensbe-

steuerung und der Ausbau der Infrastruktur hat für die bayerischen Groß- und Außenhändler hohe Bedeutung, um die Position im Wettbewerb zu sichern. Die Fortführung eines ausgeglichenen Haushaltes und eine faire Besteuerung digitaler Umsätze liegen dagegen nur im Mittelfeld, wie auch die Stärkung des Wohnungsbaus. Aber auch das gesellschaftspolitisch aktuelle Thema des Umweltschutzes findet bayernweit hohen Zuspruch. Die soziale Sicherung wird dagegen nur von 8 Prozent der Befragten als prioritär angesehen. 18 Prozent der Unternehmen würden dagegen bei der Flexibilisierung der Arbeitszeit den Schwerpunkt setzen.

Wie beurteilen Sie die Entwicklung des deutschen Außenhandels insgesamt für das laufende Jahr?



Wachstumstempo gegen Null im Außenhandel

Bei der Bewertung der Im- und Exporte ist für das laufende Jahr 2019 kaum mit Zuwächsen zu rechnen, wobei dies auch ein Mini-Wachstum von 0,5 Prozent heißen könnte. Eine Besserung der Situation wird frühestens in der zweiten Jahreshälfte 2020 erwartet.

Fünf Jahre EntgeltTarifWerk in Bayern – ein Interview

Seit mittlerweile fünf Jahren ist das aktuelle EntgeltTarifWerk – kurz ETW – in Bayern in Kraft. Nach und nach wurde es in den Betrieben des bayerischen Groß- und Außenhandels eingeführt. Bis dahin war es aber ein ziemlich weiter Weg.

mbw-Redakteur Nils Paul sprach mit den „Vätern des Tarifwerks“: Christoph Leicher, LGAD Präsident und früherer Verhandlungsführer, und Sepp Rauch von der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di, damals Verhandlungsführer und Mitglied der ver.di Landes- und Bezirksleitung.

Nils Paul: Was macht das EntgeltTarifWerk so besonders?

Christoph Leicher: Das sind viele Punkte. Ganz besonders ist, dass wir in Bayern eine Lösung gefunden haben, endlich einen Schnitt mit dem veralteten Tarifsystem zu machen. Damit haben wir für unsere Wirtschaftsstufe die Weichen in die Zukunft gestellt. Die Schwierigkeit war, dass wir keine Vorbilder für ein neues Tarifwerk hatten. Wir brauchten eine eigene Lösung, die nicht nur einen Personalleiter unterstützt, sondern auch den Mitarbeitern klar macht, dass sie sich auf ein transparentes und gerechtes System verlassen können. Wir wollten keinen verlieren, wir wollten einen Wurf nicht nur für wenige, sondern für alle Betriebe.

Nils Paul: Wie stellt sich das aus Ihrer Sicht dar, Herr Rauch?

Sepp Rauch: Ein total neues Tarifwerk zu gestalten, das passiert ja nicht alle Tage. Ein System, bei dem Arbeiter und Angestellte, Frauen und Männer, Alt und Jung aus einem Guss in ein Tarifwerk einbezogen werden. Besonders war auch die Dauer der Verhandlungen. Die ersten Gespräche begannen 1992/93. Wir mussten zwei Tarifverträge – Lohn- und Gehaltstarifvertrag – übereinander bekommen. Denn wir hatten in beiden Tarifverträgen Entgeltgruppen, die bei gleicher Tätigkeit um mehrere hundert Euro aus-



V.l.n.r.: Nils Paul, Sepp Rauch, Christoph Leicher

einander lagen. Und wir hatten eine Diskriminierungsfrage zu klären, indem wir die alten Regelungen der Tätigkeitsjahre und Altersstaffeln überwinden mussten.

Nils Paul: Wenn wir konkret in die Arbeitswelt schauen: Haben Sie da ein Beispiel für Ungerechtigkeiten im alten System, die im neuen behoben werden konnten?

Christoph Leicher: Die historische Aufteilung zwischen Lohn- und Gehaltsempfänger war so eine. Und die passte längst nicht mehr zu den Gegebenheiten unserer Wirtschaftsstufe. Beispielsweise versuchten Unternehmer, bewährte Mitarbeiter in den Lohntarif einzugliedern, um sie halten zu können. Denn dort gab es damals nach der Ausbildung mehr Geld, als im systemisch eigentlich vorgesehenen Gehaltstarif. Im alten System wurden Mitarbeiter in Entgeltgruppierungen gesteckt, die gerade am besten passten.

Sepp Rauch: Wir hatten in den 90er Jahren zu Beginn der Gespräche viele tausend Stellenausschreibungen im Groß- und Außenhandel gesichtet und diese mit unseren Lohn- und Gehaltstarifen verglichen. Dabei mussten wir feststellen, dass es eine große Diskrepanz zu den damaligen Lohn- und Gehaltstarifverträgen gab. Viele Anforderungen am Arbeitsplatz waren gar nicht abgebildet. Andersherum waren mittlerweile überflüssige Anforderungen beschrieben, etwa wie viele Telefonan-

schlüsse jemand bedienen können muss.

Nils Paul: Welche konkreten Beispiele in den Tätigkeiten sind dies?

Sepp Rauch: Was überhaupt nicht formuliert war, ist der Umgang mit neuen Technologien. Mit einem Vierzeiler ist es uns geglückt, den Umgang damit zu formulieren. Im alten Tarifvertrag hatten wir eine Regelung, dass Kommissionierer in zwei Entgeltgruppen geführt werden konnten. In den unteren Lohngruppen wurden immer die Frauen aufgeführt, in den oberen die Männer. Solche Ungleichheiten haben wir eliminiert. Neu und zukunftsweisend ist auch, dass erstmals soziale, soziokulturelle, physische und psychische Anforderungen formuliert sind. Wir haben ein Tarifwerk zustande gebracht, das juristisch sauber formuliert ist und wenige Stolperfallen hat. Gleichzeitig ist dieses Tarifwerk auch für den Normalverbraucher verfasst und nicht nur von Juristen auszulegen. Unser Ziel war es, das nicht zu kompliziert aufzusetzen. Das erforderte auch Mut von beiden Seiten. Dass es bei der Umsetzung in den Unternehmen zu einzelnen Unstimmigkeiten kam, war vorherzusehen und gehörte bei einer Neueinführung wohl dazu.

Nils Paul: Jeder startet solche Gespräche mit bestimmten Ergebnisvorstellungen. Wie haben Sie da eine Annäherung geschafft?

Fortsetzung auf Seite 4

Fortsetzung von Seite 3

Christoph Leicher: Von Vorteil war, dass wir uns bereits gut aus den laufenden Verhandlungen kannten. Da trafen Personalleiter auf Betriebsratsmitglieder und beide Seiten brachten den Mut auf, die Verantwortung für eine solch wichtige Reform zu übernehmen. Wir haben uns auch von der Praxis her angenähert und betrachtet, um welche Jobs geht es konkret in den Unternehmen, wovon reden wir. Wir haben festgestellt, dass wir oftmals an der Semantik hängen. So kann etwa ein „Disponent“ alles mögliche machen, aber dessen Tätigkeit ist nicht exakt beschrieben. Beiden Seiten wurde klar, dass man mit den alten Richtbeispielen nicht mehr weiterkam.

Nils Paul: Herr Rauch, wie stellt sich das aus Ihrer Sicht dar?

Sepp Rauch: Klar hatte jede Seite ihre Sicht, aber wir sprachen über die gleiche Branche und wir wollten positive Impulse für die Arbeitnehmer in unserer Wirtschaftsstufe setzen. Klar ist, dass es bei der Frage der Durchlässigkeit von unten nach oben unterschiedliche Interessen gibt. Das sieht man jetzt in der Umsetzung. Ich hätte vor 5 Jahren nicht gedacht, dass es so viele bayerische Groß- und Außenhändler gibt, die versuchen würden, Fachkräfte als Hilfsarbeiter einzustellen. Es wird immer wieder neue Aspekte geben, die nicht im Tarifvertrag abgebildet sind. Wir haben aber relativ viele Aspekte einbauen können und das ist eigentlich zum Nutzen der gesamten Branche.

Nils Paul: Das ETW läuft nun mindestens bis 2021. Was ist Ihr Wunsch für die Zukunft?

Christoph Leicher: Wünschenswert wäre,

dass der Geist und der gegenseitige Respekt, mit denen die Verhandlungen geführt wurden, auch in Zukunft bestehen bleibt. Ein Tarifwerk für eine bestimmte Branche trägt nicht nur die Handschrift der einen Seite, sondern von beiden. Ich hoffe, dass – wenn es zu einzelnen Korrekturen kommen sollte – dieses Bewusstsein weiter besteht.

Sepp Rauch: Ich würde mir wünschen, dass das Tarifwerk in den sogenannten W-Stellen-Anforderungen – das sind die physischen, psychischen und soziokulturellen Aspekte – mehr Gewicht bekommt und wir ein paar enthaltene Ungleichheiten bald glätten können. Z. B. hatten wir verabredet, dass in jeder Entgeltsverhandlungsrunde die bestehenden Nachteile für Kommissionierer nach und nach wegkommen, die teilweise noch im neuen Tarifwerk Eingang gefunden hatten.

Die Umsetzung des ETW seit 2017

mbw-Redakteur Nils Paul sprach auch mit LGAD-Hauptgeschäftsführer Frank Hurtmanns, der zusammen mit seinem Team und insbesondere den Fachanwälten im Verband die Umsetzungsphase begleitet hat.



Nils Paul: Der LGAD hat die Einführungsphase in den Unternehmen durch Schulungsmaßnahmen, Workshops und Einzelberatungen intensiv begleitet. Die Einführung verlief nicht in allen Unternehmen störungsfrei. Wo war Sand im Getriebe?

Frank Hurtmanns: Zunächst ist festzustellen, dass in der ganz überwiegenden Anzahl der Unternehmen die Einführung ohne größere Schwierigkeiten im konstruktiven Dialog und fairen Miteinander mit den Ar-

beitnehmervertretern erfolgt ist. Auch in den Unternehmen ohne Betriebsrat wurde besonders Augenmerk darauf gelegt, die einzelnen Belegschaftsmitglieder durch die Umstellung geldmäßig nicht schlechter zu stellen. So wurde etwa in den meisten Betrieben die im Vertrag festgelegte Besitzstandsregelung noch zu Gunsten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erweitert. Insgesamt darf man bei der Beurteilung dieser nicht einfachen Einführungsphase nicht vergessen, dass das neue EntgeltTarifWerk ja einen Systemwechsel in der betrieblichen Entgeltfindung bedeutete.

Nils Paul: Was bedeutet dies konkret für den einzelnen Mitarbeiter

Frank Hurtmanns: Dass dies teilweise zu Unsicherheit und zu unterschiedlichen Interpretationen der Beteiligten führte, ist verständlich. Ebenso ergab sich für einzelne Stellen eine andere Wertigkeit im Vergleich zu anderen Stellen des Unternehmens, das ist systemimmanent. Für das

einzelne Belegschaftsmitglied waren die Gründe dann nicht immer offenkundig. Deshalb war eine nachvollziehbare und transparente Information und Kommunikation mit den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen ganz wichtig, um Missverständnisse und unterschiedliche Interpretationen zu vermeiden. Wo dies beherzigt wurde, gab es in der Regel kaum Schwierigkeiten.

Nils Paul: Mittlerweile wurden auf Basis des neuen Rahmenentgelttarifs drei Tarifabschlüsse getätigt. Was sind aus ihrer Sicht die Erfahrungen beziehungsweise „Lessons Learned“?

Frank Hurtmanns: Mein Gesamtfazit lautet: das neue System funktioniert und es ist leicht anwendbar. Die beiden Tarifpartner Arbeitgeber und Gewerkschaften haben es gemeinsam geschafft, einen wichtigen Beitrag zur diskriminierungsfreien und anforderungsgerechten Entgeltfindung zu leisten.

Fortsetzung auf S.5

Fortsetzung von Seite 4:

Durch eine klare Fokussierung auf die Stellenanforderungen hinsichtlich der benötigten Qualifikation und Berufserfahrung sowie auf wenige weitere stellenprägende Anforderungen ist das neue System eindeutig und transparent in der Anwendung. Es lässt den Unternehmen die Flexibilität, die Arbeitswertigkeit entsprechend der betrieblichen Arbeitsteilung beziehungsweise Aufgabenverteilung abzubilden.

Nils Paul: Was wünschen Sie sich hinsichtlich des EntgeltTarifWerks für die Zukunft?

Frank Hurtmanns: Ich hoffe, dass dieses Ta-

rifwerk in seiner Grundstruktur und seinen Wirkmechanismen noch lange Bestand haben wird und nicht schon bei kleinen Unstimmigkeiten in seiner Gesamtheit infrage gestellt wird. Um Missverständnissen vorzubeugen, möchte ich aber besonders betonen, dass beide Tarifvertragspartner sich bisher nicht haben beirren lassen und immer fest zum Vertragswerk gestanden haben. Dies ist auch ein Beweis für die Solidität und die Funktionsfähigkeit dieses Tarifwerks. Besonders wünsche ich mir, dass die Entgeltpolitik zur Chefsache gemacht wird, das neue Tarifsystem als Baustein

ganzheitlicher Entgeltpolitik im Unternehmen verstanden wird, welches für Transparenz und Nachvollziehbarkeit sorgt und damit letztendlich einen wichtigen Beitrag zur Vergütungsgerechtigkeit leistet.

Nils Paul: Welche Unterstützung bietet der Verband konkret beim Aufbau des betrieblichen Entgeltsystems?

Frank Hurtmanns: Neben Info-Veranstaltungen oder Schulungen zum ETW bieten wir kostengünstige Analysen des betrieblichen Vergütungssystems an. Dazu haben wir ein eigenes Instrumentarium entwickelt.

Beide ausführlichen Interviews können Sie auf www.lgad.de im Themenfeld „Tarifrecht“ hören. Eine Beilage zum Instrumentarium „Vergütungscheck“ finden Sie beiliegend. Sprechen Sie uns darauf an!

Die Tarifverdienste in Deutschland...

sind im 1. Quartal 2019 um durchschnittlich 2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal gestiegen. Berücksichtigt wurden tarifliche Grundvergütungen und tariflich festgelegte Sonderzahlungen wie Einmalzahlungen, Jahressonderzahlungen oder tarifliche Nachzahlungen. Im gleichen Zeitraum stiegen die Verbraucherpreise um 1,4 Prozent.

Entgelt in Bayern – Branchenvergleich

Die durchschnittlichen Bruttomonatsverdienste ohne Sonderzahlungen der insgesamt 18 betrachteten Branchen liegen in Bayern im ersten Quartal 2019 zwischen 2.517 und 5.486 Euro. Inklusive Sonderzahlungen variieren die durchschnittlichen hochgerechneten Bruttojahresverdienste im Jahr 2019 aktuell zwischen 31.716 Euro im Gastgewerbe und 75.948 Euro in der Branche der Finanz- und Versicherungsdienstleister. Aus den Daten der amtlichen Statistik hat die vbw Vereinigung der Baye-

rischen Wirtschaft für Sie die Verdienste in den wichtigsten Branchen Bayerns zusammengestellt. Sie finden die durchschnittlichen Bruttomonatsverdienste mit und ohne Sonderzahlungen. Die Daten sind nach der aktuellen Gliederung der Wirtschaftsklassifikation (WZ 2008) sowie nach verschiedenen Leistungsgruppen gegliedert. Die Übersichten enthalten auch Erläuterungen zu den Erhebungen. Download im Mitgliederbereich www.lgad.de Themenfeld „Tarifpartner/recht“.

Neu ab September 2020: Abiturientenprogramm Fachwirt/-in im E-Commerce

Seit Jahrzehnten bildet die Akademie Handel - gemeinsam mit Mitgliedsunternehmen des LGAD - Abiturienten zu Nachwuchskräften im Handel aus. Neben den etablierten Abiturientenprogrammen zum Handelsfachwirt bzw. Fachwirt für Vertrieb im Einzelhandel, bietet die Akademie Handel ab September 2020 erstmals auch das Abiturientenprogramm zum Fachwirt im E-Commerce an. Die Abiturienten entwickeln sich in 34 Monaten zu Spezialisten im Bereich E-Com-

merce. Nach dem Abschluss kennen sie alle operativen Bereiche dieses Vertriebskanals und beherrschen die strategische Ausrichtung, Steuerung und Weiterentwicklung sämtlicher E-Commerce-Prozesse im Unternehmen. Mit den Abiturientenprogrammen bietet die Akademie Handel den Unternehmen eine attraktive Möglichkeit, um sich als praxisnahe Alternative zur Hochschule zu positionieren und die Handelskompetenz der Zukunft im eigenen Haus auszubilden. Wei-



tere Informationen finden Sie unter www.akademie-handel.de.

W. Markmiller oHG, Rennertshofen

150 Jahre Kompetenz in Eisen und Stahl



Feierlich wurde der runde Geburtstag bei einem unterhaltsamen Programm mit Ausstellung, Filmvorführung sowie musikalischer Umrahmung begangen.

Über sechs Generationen schon hat sich das erfolgreiche Familienunternehmen W. Markmiller oHG auf dem Markt behauptet und ist im Landkreis Neuburg-Schrobenhausen fest verankert. Daher lud die Geschäftsleitung des Großhändlers Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter sowie Partner zu einer Jubiläums-

feier ein. Die Erfolgsfaktoren beschreibt Geschäftsführerin Ulrike Lenz mit: „Liebe zum kaufmännischen Beruf, Nähe zum Kunden und der Bezug zu den Menschen und zur Heimat, Zuverlässigkeit und Sinn für das Machbare“. Ursprünglich mit dem Verkauf von Textilien und Spezereien gestartet, ent-



V.l.n.r.: Rennertshofens Bürgermeister Georg Hirschbeck gratulierte Ulrike Lenz (Mitte) und Tochter Monika Heinzlmeir, ebenso Jörg Feger vom Bund Dt. Stahlhändler und Dr. Christoph Grote, Vorsitzender der Geschäftsführung bei EDE.

wickelte sich der Mittelständler zu einem Großhändler im Stahlbereich, für Sanitär- und Heizungsbedarf sowie für Baustoffe und Werkzeuge. Die Wilhelm Markmiller oHG ist seit 1954, also seit genau 65 Jahren, Mitglied im LGAD Bayern. Ulrike Lenz ist seit 2006 ehrenamtlich in der Vorstandschaft unserer Interessenvertretung aktiv.

Bürokratisches Monster A1-Bescheinigung

Die seit 2010 anzuwendenden Rechtsvorschriften zur sozialen Sicherheit (A1 früher E101) sind mit der Umstellung auf elektronische Antrags- und Bescheinigungsverfahren zum 1. Juli 2019 aus Sicht des LGAD und BGA nun endgültig zum bürokratischen Monster verkommen. Was ursprünglich mit dem Schutz vor Doppelversicherung, Schwarzarbeit und Lohndumping gut gemeint war, legt mittlerweile in der Durchführung jedes Mitgliedsland individuell aus. Insbesondere Ita-

lien, Österreich und Frankreich haben die Bestimmungen und Meldepflichten verschärft. Es herrscht keine einheitliche Rechtssicherheit. Da das EU-Sozialversicherungsrecht nicht zwischen Entsendung und Dienstreise unterscheidet, gibt es keine zeitliche Bagatellgrenze, die kurze Dienstreisen (z. B. unter einer Woche) ausnimmt. Das heißt, jede noch so kurze Entsendung (bereits ab dem 1. Tag) erfordert bereits eine A1-Bescheinigung. Mit dem elektronischen Antrags- und Bescheini-

gungsverfahren (bspw. über Sozialversicherungsnetz möglich) sowie den Meldepflichten im Ausland entstehen den Unternehmen ein erheblicher Arbeitsaufwand und Kosten.



Aktion: In einem Schreiben an EU-Beschäftigungskommissarin Marianne Thyssen hatte BGA-Präsident Holger Bingmann die Bitte geäußert, Ausnahmen für die Ausstellung von A1-Bescheinigungen im Falle von Entsendungen ins EU-Ausland zu schaffen. LGAD und BGA (wir berichteten bereits in der Juni-Ausgabe) setzen sich für eine gesetzliche Regelung auf EU-Ebene ein, wonach für Entsendungen bis zu zwei Wochen keine A1-Bescheinigungen erforderlich sind. Kommissarin Thyssen teilte dem BGA in einem Schreiben Anfang Oktober mit, dass sie das Europäische Parlament und den Rat ersucht habe, ihre Verhandlungen über die Modernisierung der Vorschriften zur Koordinierung der Systeme der sozialen Sicherheit unverzüglich wiederaufzunehmen. Sie sei davon überzeugt, dass eine endgültige Einigung erreichbar ist, und zähle hierbei weiterhin auf die Unterstützung des BGA. Diese Maßnahmen – verbunden mit einem erhofften Umdenken – begrüßen wir sehr!

Erscheinungsweise: zweimonatig
Verleger: Wirtschaftshilfe des Bayerischen Groß- und Außenhandels GmbH
Alleiniger Gesellschafter: Landesverband Groß- und Außenhandel, Vertrieb und Dienstleistungen Bayern e.V.
Verantwortlich für Redaktion und Anzeigenteil: Nils Paul und Helmut Ruhland
Grafik: Newsletter Nick Hermanns, Bad Aibling
Druck: Typobierl Satz & Druck GmbH, München

Hauptgeschäftsstelle:
 Max-Joseph-Str. 5, 80333 München
 Postfach 201337, 80013 München
 Tel. (089) 54 59 37 – 0, Fax: (089) 54 59 37 – 30
 info@lgad.de, www.lgad.de

Geschäftsstelle Nürnberg:
 Sandstr. 29, 90443 Nürnberg
 Tel.: (0911) 20 31 80, Fax: (0911) 22 16 37
 nuernberg@lgad.de

Energie, Wärme, Mobilität:**100 Jahre MaierKorduletsch**

1919 als Handelsbetrieb in Vilshofen gegründet, hat sich das Familienunternehmen als Energielieferant etabliert und blickt mit gesicherter Nachfolge und neuem Bürogebäude und Logistikzentrum in die Zukunft.

Energie, Wärme, Mobilität, dafür steht MaierKorduletsch in Bayern, Österreich und Tschechien. Besonders sind dabei das Shell-Tankstellennetz mit 42 Stationen sowie die eigene Logistik mit modernstem Schmierstoff- und Flüssigkeitenlager zu nennen. 110 Mitarbeiter beschäftigt das Familienunternehmen, das Lorenz Maier in der vierten Generation gemeinsam mit Alexander Maier und Johann Berger führt. Nachhaltiges und heimatnahes Wirtschaften ist für MaierKorduletsch eine elementare Säule, Energiewende und Digitalisierung sind zentral in der Zukunftsstrategie des klimaneutralen Unternehmens verankert. „Die Entwicklung von Mobilität und Energieversorgung ist spannend, neue Technologien und Konzepte sind gefragt. Hier profitieren wir von unserer Partner-

schaft mit Shell. Dabei stehen für uns die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden und Mitarbeiter an erster Stelle“, bringt es Lorenz Maier auf den Punkt.



In der vierten Generation führen die Geschäftsführer Lorenz Maier, Johann Berger und Alexander Maier das Unternehmen, hier v. l. n. r. im Logistikzentrum, das seit 2017 als erstes klimaneutrales Schmierstofflager Deutschlands betrieben wird.



Kurz notiert

Verbände-Befragung: Großhandel stellt sich Digitalisierung

Immer mehr Unternehmen gehen Digitalisierungsvorhaben an, dabei werden auch die Hemmnisse stärker wahrgenommen. Dies ist zusammenfassend das zentrale Ergebnis der Umfrage der KfW mit dem BGA und weiteren 16 Wirtschaftsverbänden zu ihren Digitalisierungsaktivitäten, die zum dritten Mal durchgeführt wurde. Sie können die Studie unter www.lgad.de im Themenfeld Digitalisierung abrufen.

Jetzt bewerben für den Bayerischen Mittelstandspreis 2019

Wenn Sie in Ihrem Unternehmen in einer der sechs Rubriken: Kundenorientierung, Personal, Innovation, Ressourceneinsparung, Internationalität, gesellschaftliches/soziales Engagement etwas Besonderes geleistet haben, dann bewerben Sie sich für diesen Preis. Dies ist noch bis zum 28.10.2019 möglich. Der Link zum elektronischen Fragebogen lautet: <https://umfrage.ewif.de>. Die nominierten Unternehmen werden der Öffentlichkeit vorgestellt, erhalten eine Urkunde und werden zur Verleihung ins Maximilianeum eingeladen.

Klimaschutzprogramm 2030

Die Bundesregierung hat am 20.09.2019 ein Maßnahmenpaket zur Erreichung der nationalen Klimaziele 2030 beschlossen. Wesentliche Neuerung ist die CO₂-Bepreisung über einen nationalen Zertifikathandel in den Sektoren Verkehr und Gebäude. Um die Bürger zu entlasten, sieht die Bundesregierung als Kompensation eine Senkung der EEG-Umlage vor. Das Papier "Eckpunkte für das Klimaschutzprogramm 2030" sowie eine erste Einschätzung hierzu seitens unseres Bundesverbandes BGA finden Sie auf www.lgad.de im Themenfeld „Umwelt/Energie“.

KLARText

„In Deutschland ist es schwierig geworden, über die Zukunft zu diskutieren. Die berechtigte Debatte über den Klimaschutz zum Beispiel läuft vollkommen aus dem Ruder. Wenn wir keine Industrie mehr haben, haben wir auch keine Probleme mehr, so lautet der um sich greifende Trugschluss. Wie ist es anders zu verstehen, dass wir im Kernland der Automobilindustrie eine völlig destruktive Debatte über SUV-Verbote führen. Ganzheitliche Güterabwägung: Fehlangeige. Diese Schiefelage ist schwer zu ertragen und gefährlich. Denn nicht nur der Wohlstand unseres Landes hängt davon ab, ob Deutschland ein nachhaltig erfolgreicher Industriestandort bleibt, auch Klimaschutz gelingt nur mit den Innovationen der Industrie“



Zitat von Steffen Kampeter, Hauptgeschäftsführer des BDA (Quelle BDA 19.9.2019)



Elternzeit - Verfall und Kürzung des Urlaubsanspruchs



Mit Urteil vom 19.03.2019 hat das Bundesarbeitsgericht (BAG) nunmehr geklärt, ob die während der Elternzeit erworbenen Urlaubsansprüche verfallen können.

Das BAG hatte über einen Urlaubsabgeltungsanspruch einer Arbeitnehmerin zu entscheiden, die sich in dem Zeitraum vom 24.10.2010 bis zum 14.05.2016 in Elternzeit

befand. Das Arbeitsverhältnis endete aufgrund einer von der Arbeitnehmerin ausgesprochenen Kündigung zum 14.05.2016. In den Entgeltabrechnungen führte die Arbeitgeberin lediglich für das Jahr 2010 Urlaubstage auf. Für die nachfolgenden Jahre wiesen die Abrechnungen einen Urlaubsanspruch von „0,0 Tagen“ aus.

Nachdem die Arbeitnehmerin mit Schreiben vom 22.07.2016 außergerichtlich Urlaubsabgeltung zunächst nur für den Zeitraum 2014 bis 2016 verlangt hatte, wies die Arbeitgeberin die Ansprüche mit Schreiben vom 28.07.2016 unter Hinweis auf die Kürzungsmöglichkeit nach § 17 Abs. 1 Satz 1 BEEG zurück.

Das BAG hat nun entschieden, dass das Fristenregime des § 7 Abs. 3 BUrlG für während der Elternzeit erworbene Urlaubsansprüche keine Anwendung findet, da die gesetzlichen Sonderregelungen des § 17 Abs. 1 Satz 1 und Abs. 2 BEEG dem § 7 Abs. 3 BUrlG vorrangig seien. Der während der Elternzeit er-

worbene Urlaub müsse arbeitgeberseitig gekürzt werden. Weiter hat das BAG in seiner Entscheidung klargestellt, dass § 17 Abs. 1 Satz 1 BEEG im Einklang mit dem Unionsrecht stehe.

Fazit: Für die Arbeitgeberseite steht nunmehr fest, dass der während der Elternzeit erworbene Urlaub gekürzt werden muss. Das BAG gibt für die Praxis dabei eine klare Linie vor: Der Arbeitgeber hat bei der Ausübung des Kürzungsrechts zu beachten, dass für den Arbeitnehmer erkennbar sein muss, dass er sein Kürzungsrecht ausüben will. Eine Kürzung kann frühestens nach dem Elternzeitverlangen erklärt werden. Aber auch eine rückwirkende Kürzung nach Beendigung der Elternzeit ist möglich; dies aber nur solange das Arbeitsverhältnis noch besteht. Der Arbeitgeber kann also standardmäßig die Kürzung mit der Elternzeitbewilligung erklären.

Nachvertragliches Wettbewerbsverbot und Vorvertrag

Das Bundesarbeitsgericht (BAG) hat entschieden, dass ein unverbindliches Wettbewerbsverbot entsteht, wenn der Arbeitnehmer im Arbeitsvertrag verpflichtet wird, auf Wunsch des Arbeitgebers auch noch nach Erklärung einer Kündigung des Arbeitgebers durch eine Partei oder nach Abschluss eines Aufhebungsvertrags ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot abzuschließen. Insoweit könne der Arbeitnehmer – so das BAG – entweder Wettbewerbsfreiheit ohne Karenzentschädigung oder Wettbewerbsenthaltung zu den Bedingungen des Vorvertrags wählen (BAG vom 19.12.2018 – 10 AZR 130/18). Der kla-

gende Arbeitnehmer, der von dem beklagten Arbeitgeber eine Karenzentschädigung forderte, hatte sich im Arbeitsvertrag bereiterklärt, auf Verlangen des Arbeitgebers ein Wettbewerbsverbot für die Zeit nach Beendigung des Arbeitsverhältnis-

ses zu vereinbaren. Das Verlangen konnte gestellt werden, solange der Arbeitsvertrag nicht von einer Vertragspartei gekündigt wurde. Die weiteren Ausführungen finden Sie unter www.lgad.de im Themenfeld „Arbeitsrecht“.

Terminvorschau

21.+25. Oktober	LGAD Forum Arbeitsrecht, Nürnberg + München (www.lgad.de)
22. Oktober	Frist für IHK Wahl Nürnberg Mittelfranken (www.ihkwahl2019.de)
24. Oktober	Exportkontrolltag, München (www.ihk-muenchen.de/exportkontrolltag)
14. November	LGAD-Süddt. Arbeitskreis „Technische Chemikalien“, Stuttgart (www.lgad.de)
19.+20. November	Logistik-Forum, Nürnberg (www.logistik-forum-nuernberg.de)
21. November	LGAD-Präsidiums- und Vorstandssitzung, München (www.lgad.de)
21. November	Trade & Connect (ehem. Exporttag Bayern), München (https://trade-connect-2019.b2match.io)
26. November	LGAD Workshop Arbeitsrecht, München (www.lgad.de)

Zum Jahreswechsel

Verbandsarbeit ist wichtiger denn je – der LGAD als Ihr Verband mit Mehrwert

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe LGAD-Mitglieder,

im Rückblick war die Verbandsarbeit in der ersten Hälfte 2019 stark von Tarifverhandlungen im bayerischen Groß- und Außenhandel geprägt. Insgesamt mussten unsere Betriebe über 100 Streikmaßnahmen und vier Verhandlungsrunden durchstehen. Bei einer Laufzeit von 25 Monaten ist das Ergebnis mit einer Anhebung von 3 Prozent im ersten Jahr und 2 Prozent im zweiten Jahre noch vertretbar.

Auf unserer diesjährigen Mitgliederversammlung am 4. Juli konnten wieder viele Themen der Verbandsarbeit vorgestellt und neue aktive Mitglieder für die Mitarbeit in unseren Gremien gewonnen werden. Diese sind für die nächsten vier Jahre (Periode 2019-2023) berufen worden.

Der anschließende Verbandstag beschäftigte sich mit dem Thema „Digitalisierung verändert alles – Das Erfolgsmodell Groß- und Außenhandel auf dem Prüfstand“. Der stellvertretende Ministerpräsident und Bayerische Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger als Ehrengast skizzierte facettenreich und anschau-



lich wirtschaftspolitische Schwerpunkte der Bayerischen Staatsregierung.

Der Präsident unseres Bundesverbandes BGA, Dr. Holger Bingmann, ging auf Notwendigkeiten und Anforderungen des Groß- und Außenhandels in Zeiten des digitalen Wandels ein. Interessante Fachbeiträge und Podiumsdiskussionen mit Unternehmenspraktikern sowie Wissenschaftlern sorgten für ein kurzweiliges und praxisnahes Programm, das wieder großen Anklang fand.

Bezogen auf die wirtschaftliche Entwicklung in 2019, blickt der bayerischen Groß- und Außenhandel auf ein zweigeteiltes Jahr zurück. Während die erste Hälfte bis zur Sommerpause noch von einer optimistischen Auftragslage geprägt war, brach die Beurteilung ab Juli/August stark ein – wir berichteten.

Derzeit ist das Stimmungsbild deutlich gedämpft. Für 2020 scheint sich dieser Trend fortzusetzen. Handelskonflikte und politische Turbulenzen schwächen das Vertrauen in die Weltwirtschaft und belasten das globale Wachstum. In Summe zeigt sich: 2019 war ein Jahr der Unsicherheit. Die Themen Brexit, Handelskrieg und regionale Krisenherde werden uns weiterhin begleiten und dämpfen die Erwartungen. Darüber hinaus führen Digitalisierung und Klimaschutzpolitik zu einem Umstrukturierungsbedarf in der Wirtschaft.

Umso wichtiger wird deshalb sein, dass Unternehmen und Arbeitgeber solidarisch zusammenstehen und ihre Interessen artikulieren. Verbandsarbeit ist daher wichtiger denn je.

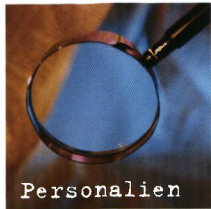
Der LGAD als Ihr Verband mit Mehrwert wird sich auch im neuen Jahr wieder mit ganzer Kraft für Sie einsetzen und Sie kompetent und leistungsfähig unterstützen. Dazu werden wir 2020 unser Leistungsangebot weiter ausbauen und an Ihren Bedürfnissen ausrichten. Ihr

Christoph Leicher
LGAD-Präsident

Frank Hurtmanns
Hauptgeschäftsführer

**WIR WÜNSCHEN ALLEN MITARBEITERINNEN UND MITARBEITERN
UNSERER MITGLIEDSUNTERNEHMEN SOWIE ALLEN UNSEREN PARTNERN
GESEGNETE WEIHNACHTSTAGE UND EINEN GUTEN START IN EIN GESUNDES
UND ERFOLGREICHES NEUES JAHR!**

Zwischen den Feiertagen vom 24. bis 31. Dezember sind unsere Geschäftsstellen nicht besetzt.
In dringenden Fällen sind wir jedoch über unsere Zentrale 089 / 545937-0 telefonisch erreichbar.



Thomas Braun ins Präsidium berufen

In seiner Sitzung am 21. November hat der Verbandsvorstand Thomas Braun zum LGAD-Vizepräsidenten

gewählt. Er folgt auf Frau Dr. Susanne Kortendick, die im September aus der METRO Deutschland GmbH und somit aus LGAD-Vorstand und Präsidium ausgeschieden ist. Braun ist langjähriger Vorsitzender des LGAD-Berufsbildungsausschusses. Er ist geschäftsführender Gesellschafter der Schmitt & Orschler GmbH & Co. Farben und Heimtex KG aus Aschaffenburg, die als Familienbetrieb seit 1911 existiert und heute 9 Filialen in Hessen und in Bayern schwerpunktmäßig im Rhein-Main Gebiet unterhält. Somit steht neben Christoph Leicher als Präsident, Frau Eva Boesze und Maximilian Hegener als Vizepräsidenten satzungsgemäß ein dritter Vizepräsident an der Spitze des LGAD Bayern e. V.



Verstärkung in der Geschäftsstelle Nürnberg

Die Geschäftsstelle Nürnberg hat sich zum 1. November verstärkt. Als neue Mitarbeiterin in der

Rechtsabteilung dürfen wir Ihnen Frau Miroslava Sauerbier vorstellen. Sie folgt für Rechtsanwältin Corinna Schreck nach, die den LGAD im Herbst verlassen hat. Frau Sauerbier hat als Rechtsanwältin bisher in verschiedenen Kanzleien gearbeitet und verfügt über mehrjährige Erfahrung in der Anwaltspraxis.

Sie erreichen Frau Sauerbier unter 0911/203180 und m.sauerbier@lgad.de.

100 Jahre EDEKA Südbayern – ein genossenschaftliches Erfolgsmodell



Die Geschichte der EDEKA Südbayern wird traditionell durch einen starken Gemeinschaftsgedanken geprägt - und das heuer seit 100 Jahren. 1919 schließen sich Kaufleute in Ingolstadt zu einem „Einkaufsverein der Kolonialwarenhändler“ – kurz E. d. K. – zusammen und legen die Basis für weitreichenden wirtschaftlichen Erfolg. An den Kernwerten hat sich seitdem nichts geändert. Noch immer bestimmen Qualität und Frische der Waren sowie Service und kompetente Beratung für die Menschen das Handeln der EDEKAner.

Die Tradition des klassischen Schaufensters neu interpretiert

An vielen neuen Standorten interpretiert EDEKA Südbayern die verloren gegangene Tradition des klassischen Schaufensters neu. Die gläserne Struktur sorgt nicht nur für eine helle und freundliche Einkaufsatmosphäre, sondern stellt gleichzeitig das in den Mittelpunkt, was EDEKA ausmacht: Beste Lebensmittel. Mit einem Unterschied: Statt der wie früher vielleicht 100 unterschiedlichen Produkte sind in den heutigen Märkten gerne mal bis zu 25.000 Artikel oder mehr zu finden.

LGAD-Ehrenpräsident Helmut Hartmann 90 Jahre alt!

Helmut Hartmann, der von 1989 bis 1995 an der Spitze unserer Interessenvertretung stand, feierte am 25. Oktober seinen 90. Geburtstag. Dazu gratulieren wir aufs Herzlichste. Hartmann kommt aus Augsburg, wo er in der 3. Generation einen Papiergroßhandel betrieb. U. a. war er über viele Jahre auch Vorsitzender des Bundesverbandes des Deutschen Papiergroßhandels. Als Jugendlicher erlebte er während der NS-Zeit Ausgrenzung am eigenen Leibe sowie die Teilzerstörung der elterlichen Firma. Diese Erfahrungen trieben ihn nach dem Verkauf seines Unternehmens an, sich stark für Friedensprojekte einzusetzen. So gründete er 1996 das Forum Interkulturelles Leben und Lernen (FILL) und



Im Namen von Vorstand und Präsidium gratulierten LGAD-Präsident Christoph Leicher (rechts) und Hauptgeschäftsführer Frank Hurtmanns (links) und luden den Jubilar Helmut Hartmann mit Ehefrau Marianne (beide Mitte) ins Haus der Bayerischen Wirtschaft ein.

stiftete den Wirtschaftspreis für Interkulturelle Studien. Dafür, sowie für sein wirtschaftspolitisches Engagement erhielt er das Bundesverdienstkreuz am Bande sowie 2003 den Augsburger Friedenspreis.

Aus der LGAD-Gremienarbeit

LGAD-Vorstand beschäftigt sich mit Inklusion und Gesundheitsmanagement

Am 21. November traf sich die LGAD-Vorstandschaft zu ihrer halbjährlichen Sitzung, dieses Mal in den Räumen der Pfennigparade München.

Bei einem Rundgang durch die Einrichtungen der Stiftung konnten sich die Mitglieder von den Möglichkeiten der Inklusion von Menschen mit Behinderung überzeugen. Beispielsweise werden Digitalisierungsarbeiten in der Gehalts- und Personalarbeit für externe Unternehmen übernommen oder die Barrierefreiheit von Internetseiten überprüft. Apropos Barrierefreiheit: Mit ihren Schwerpunkten Bildung, Wohnen, Arbeiten und Gesundheit zeigt die Pfennigparade bereits heute wie eine Gesellschaft ohne Barrieren aussehen kann.

Menschen mit Behinderung bringen oft außergewöhnliche Perspektiven an den Tag

Vorstand Dr. Jochen Walter und Geschäftsführer Thomas Heymel berichteten anschaulich über die Aufgabe der Stiftung. Es gilt, Menschen mit Behinderung und deren Familien ein passendes Lebensumfeld zu bieten und diese in den Arbeitsprozess bei Unternehmen oder in den Stiftungseinrichtungen zu integrieren. Dabei werden zunächst die individuellen Qualifikationen beschrieben. Gemeinsam mit Unternehmen identifiziert die Pfennigparade dann geeignete Einsatzorte und Arbeitsplätze. Menschen mit Behinderung bilden in besonderem Maße persönliche Fähigkeiten aus, die sie von anderen Arbeitnehmern unterscheiden und die sie wertvoll fürs Unternehmen machen.

Inklusion lässt sich nicht verordnen

In der anschließenden Diskussion wird klar: Unternehmen, die Menschen mit Behinderungen beschäftigen, erleben viele bürokratische Hürden. Demgegenüber stehen die positiven Erfahrungen: Das Betriebsklima verbessert sich, der Erfahrungs- und Wissensschatz im Unternehmen wächst.



Die Stiftung Pfennigparade ist ein Münchner Rehabilitationszentrum für Menschen mit Körperbehinderung. Seit mehr als 65 Jahren setzt sie sich für Inklusion und Teilhabe ein. Zweiter von links: Geschäftsführer Thomas Heymel



Die Hürden

Wie so oft sitzen die größten Barrieren in den Köpfen. Verbreitet ist die Meinung, Arbeitnehmer mit Behinderung seien weniger belastbar, weniger leistungsfähig. Dazu kommt die Unsicherheit im Umgang auf beiden Seiten. Durch die frühe Trennung von Menschen mit und ohne Behinderung im Bildungssystem, ist der erste Kontakt für beide Seiten meist ungewohnt. Infolgedessen wagen Menschen mit Behinderung eher selten den Schritt auf den ersten Arbeitsmarkt. Stattdessen bewerben sie sich in einer der bundesweit rund 700 Behindertenwerkstätten, wo man unter sich ist und speziell ausgebildete Betreuer hat.

Nicht nur Fahrstühle müssen behindertengerecht sein

Häufig verhindert auch der bürokratische Aufwand die Beschäftigung von Menschen mit Behinderung. In manchen Landkreisen reden bis zu acht verschiedene Ämter und

Institutionen mit, wenn ein Unternehmen einen behinderten Mitarbeiter einstellen will. Eine weitere massive Hürde ist das aktuelle Arbeitsrecht. Viele Arbeitgeber demotiviert besonders der strenge Kündigungsschutz, Arbeitsmöglichkeiten für Menschen mit Behinderung einzurichten. Die strengeren Auflagen erleben viele als destruktiv.

Was bringt Inklusion in der Arbeitswelt?

Wie in inklusiven Schulklassen scheint sich auch in Betrieben das Arbeitsklima deutlich zu verbessern. Manche Unternehmen stellen sogar fest, dass die Qualität der Produkte und Dienstleistungen zunimmt, weil Menschen mit einer Behinderung neue Ideen und ungewohnte Perspektiven einbringen. Oft verbessert sich durch die geforderte Beanspruchung und das Erfolgserlebnis auch die Gesundheit von Menschen mit Behinderung.

PRAXISTIPP

Wer mehr über das Thema „Arbeitswelt inklusiv“ erfahren will, kann auf der Website des Bayerischen Arbeitsministeriums www.arbeit-inklusive.bayern.de viele Praxisbeispiele und Beratungsangebote abrufen. Wenn Sie mehr über die Arbeit der Stiftung Pfennigparade wissen möchten oder noch eine Weihnachtsaktion planen, gibt Ihnen Thomas Heymel gerne Anregungen und Auskunft (E-Mail: thomas.heyemel@pfennigparade.de).

LGAD-Kundenzufriedenheitsanalyse Groß- und Außenhandel

Von erfolgreichen Unternehmensbereichen und -standorten lernen

Die Kundenzufriedenheitsbefragung wurde in diesem Jahr zum sechsten Mal in gewohnter Qualität durchgeführt. Die ermittelten Schwächen der Unternehmen ermöglichen einen Ansatz für Verbesserungsmaßnahmen. In der Gesamtschau der Ergebnisse liegen durchschnittlich im Kundenkontakt die deutlichsten Schwächen:

■ bei der Zufriedenheit mit der Gestaltung und dem Informationsgehalt des Internet-auftritts sowie mit den Social-Media-Aktivitäten im Bereich "Information und Kommunikation",

■ bei der Benutzerfreundlichkeit des E-Shops und der rechtzeitigen Information bei Lieferverzögerungen/Lieferproblemen im Bereich "Angebotserstellung, Bestellung, Auftragsbearbeitung und Lieferung",

■ bei der kontinuierlichen Rückmeldung zum Stand der Reklamationen und der Problemlösungszeit im Bereich "Reklamationen oder Beschwerden".

Aber auch bei einigen "Imageaspekten" sind Verbesserungspotentiale erkennbar. So wird häufig die Innovationskraft der Anbieter kritisiert.



Vorteile der Analyse

■ Neben einem umfangreichen, übersichtlichen und leicht verständlichen Ergebnisbericht erhielt jeder Teilnehmer ein individuelles Management Summary, das Auskunft über Stärken & Schwächen über sämtliche Kundenkontaktpunkte der Unternehmen in unterschiedlichsten Leistungsbereichen gibt.

■ Einige Unternehmen nutzten dieses Jahr die Chance und beauftragten gleich mehrere Studien, um so beispielsweise verschiedene Standorte, Unternehmensbereiche und Zielgruppen für ein internes Benchmarking zu nutzen.

■ Um den speziellen Bedürfnissen der teilnehmenden Unternehmen gerecht zu werden, waren auch dieses Jahr wieder individuelle Anpassungen des standardisierten Fragebogens möglich.

Informationen zur Durchführung der Kundenzufriedenheitsbefragung

Alle zwei Jahre bieten die vier größten Landesverbände im deutschen Groß- und Außenhandel ihren Mitgliedern die beliebte und kostengünstige Gemeinschaftsstudie als Mitgliederservice an, die von der Ipsos GmbH (weltweit drittgrößtes Marktforschungsinstitut) und dem Marketinganalytischen research tools in Esslingen durchgeführt wird. Dabei gab es neben vielen Wiederholern erneut Erstteilnehmer, die ihre Kunden zu ihrer Zufriedenheit befragten.

Wenn Ihr Unternehmen an der kommenden Kundenzufriedenheitsanalyse teilnehmen möchte oder nähere Informationen dazu wünscht, wenden Sie sich bitte an den LGAD. Die nächste Befragung ist für 2021 geplant.

Importpreise im Oktober 2019 gesunken

Die Importpreise waren im Oktober 2019 um 3,5 Prozent niedriger als im Oktober 2018. Einen stärkeren Preisrückgang gegenüber dem Vorjahr gab es letztmalig im Juli 2016 (-4,1 Prozent). Im September 2019 hatte die Jahresveränderungsrate bei -2,5 Prozent gelegen, im August 2019 bei -2,7 Prozent. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) weiter mitteilt, fielen die Importpreise im Oktober 2019 gegenüber September 2019 im Durchschnitt leicht um 0,1 Prozent.

Terminvorschau

14. – 16. Januar	„EUROGUSS – Internationale Fachmesse für Druckguss: Technik, Prozesse, Produkte“ in Nürnberg (www.euroguss.de)
20. Januar	10. Nürnberger Unternehmer-Kongress unter dem Motto #MissionZukunft (www.unternehmer-kongress.de)
26. – 29. Januar	ISPO München (www.ispo.com)
29. Januar – 2. Februar	Spielwarenmesse, Nürnberg (www.spielwarenmesse.de)
27. Februar	job4oplus München, Jobmesse für Engineering/IT & IT-Consulting/Finance, Versicherungen & Handel (www.job4oplus.de)
26. März	Bundesweiter Girls' Day bzw. Boys' Day (www.girls-day.de)

Betriebliche Gesundheitsförderung als Chance

Als weiteres Schwerpunktthema auf der LGAD-Vorstandssitzung am 21. November wurde die „Betriebliche Gesundheitsförderung“ vom Geschäftsführer der Reha-Zentren Passauer Wolf GmbH, Stefan Scharl, präsentiert. Das dortige Programm R O T steht für Reflexion, Orientierung und Transfer. Dabei geht es darum, die eigene Lebensweise gesundheitsförderlich zu gestalten und damit die eigenen Gesundheitspotenziale zu entfalten. Verschiedene Komponenten runden die Angebote ab. Wert gelegt wird auf die individuelle Kombination aus definierten Elementen der Lebensstil-Medi-

zin und präventiven Handlungsfeldern sowie speziellen Aspekten der Lebensführung. Arbeitsrechtliche Aspekte: Das Thema spielt auch im arbeitsrechtlichen Sinne eine wichtige Rolle. Einen kurzen Überblick zum Betrieblichen Eingliederungsmanagement (BEM) gem. § 167 Abs. 2 SGB IX gab RA Christian Klingler. Bei längerer Krankheit eines Arbeitnehmers als 6 Wochen hat der Arbeitgeber die gesetzliche Pflicht, ein BEM durchzuführen, um die Arbeitsfähigkeit eines Beschäftigten zu erhalten. Für Fragen zum Thema steht Ihnen unsere Rechtsabteilung gerne beratend zur Seite.

„Workshop Arbeitsrecht“ macht Mitglieder fit für die Personalarbeit



Workshop-Teilnehmer am 26. November im Haus der Bayerischen Wirtschaft in München

In der Reihe „Workshop Arbeitsrecht“ werden erstmals personalverantwortliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter intensiv in der Anwendung arbeitsrechtlichen Wissens fit gemacht für die tägliche Unternehmenspraxis.

Die verhaltensbedingte und die krankheitsbedingte Kündigung war Thema. Der Workshop begann mit einer theoretischen Einführung. Im folgenden Praxisteil erstellten die Teilnehmer in Arbeitsgruppen selbständig eine Abmahnung oder Kündigung anhand von Beispielfällen. Gemeinsam wurden im Anschluss die Ergebnisse besprochen und Lösungen diskutiert. Die personalverantwortlichen Mitarbeiter unse-

rer Mitglieder gewannen durch diesen Mix aus Theorie und Praxis noch mehr Sicherheit in den entscheidenden rechtlichen Fragen. Auf Grund der großen Nachfrage und der begrenzten Teilnahmekapazitäten wird dieser Workshop

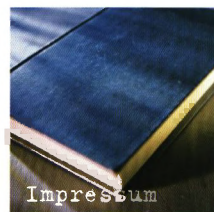
im 1. Quartal 2020 – diesmal in Nürnberg – erneut angeboten werden. Weitere arbeitsrechtliche Themenstellungen werden in diesem Format ebenfalls folgen.

FASO (Forum Arbeits- und Sozialrecht) für aktuelles Wissen im Arbeitsrecht

Im Unterschied zum ganztägigen „Workshop Arbeitsrecht“ wird das Format der FASO Sitzungen auch in Zukunft in der gewohnten Form – halbtägig und kostenfrei – durchgeführt. So ging es am 21. 10. in Nürnberg und am 25. 10. in München aufgrund aktueller Rechtsprechung durch das BAG und den EuGH um Themen, die erheblich Neuerungen in der Personalarbeit mit sich bringen: Mehrarbeitszuschläge für Teilzeitbeschäftigte und die Arbeitszeitdokumentation.

Süddeutscher Arbeitskreis Technische Chemikalien

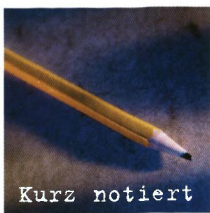
Mitgliedsunternehmen aus den süd-deutschen Landesverbänden trafen sich am 14. November in Stuttgart zu ihrem halbjährlichen Arbeitskreis. Man tauschte sich über die aktuelle wirtschaftliche Lage in der Branche aus und informierte sich über Neuerungen im Fachbereich Technische Chemikalien. Dr. Ralph Alberti, Geschäftsführer des Bundesverbandes der Chemiehändler informierte u. a. über Chemikalienrecht (REACH, GHS), Umweltrecht (Verpackungsgesetz, AwSV Löschwasserrückhaltung, TA Abstand), Responsible Care/ESAD, Sensible Chemikalien (Abgabe von Explosivstoffen, Exporterklärung). Alle Mitgliedsunternehmen der Branche Großhandel mit Chemikalien sind herzlich eingeladen, an den Veranstaltungen teilzunehmen. Beachten Sie hierzu unsere Veranstaltungshinweise.



Erscheinungsweise: zweimonatig
Verleger: Wirtschaftshilfe des Bayerischen Groß- und Außenhandels GmbH
Alleiniger Gesellschafter: Landesverband Groß- und Außenhandel, Vertrieb und Dienstleistungen Bayern e.V.
Verantwortlich für Redaktion und Anzeigenteil: Nils Paul und Helmut Ruhland
Grafik: Newsletter Nick Hermanns, München
Druck: Typobiert Satz & Druck GmbH, München

Hauptgeschäftsstelle:
 Max-Joseph-Str. 5, 80333 München
 Postfach 201337, 80013 München
 Tel. (089) 54 59 37 – 0
 Fax: (089) 54 59 37 – 30
 info@lgad.de
 www.lgad.de

Geschäftsstelle Nürnberg:
 Sandstr. 29, 90443 Nürnberg
 Tel.: (0911) 20 31 80
 Fax: (0911) 22 16 37
 nuernberg@lgad.de



Unternehmen stehen zunehmend im Visier von Cyber-Kriminellen

Hierbei werden Firmen zunächst über das Internet ausspioniert. Im Anschluss steht ein Mitarbeiter im Mittelpunkt dieser Betrugsversuche, der geschickt manipuliert wird und arglos vertrauliche Daten des Unternehmens preisgibt oder Zahlungen an Fremdkonten anweist. Diese Betrugs- maschen, die unter dem Begriff "Social Engineering" zusammengefasst werden, sind nicht einfach zu erkennen. Auch mittelständische bayerische Großhändler berichten vermehrt von Cyber-Angriffen und Betrugs- und Erpressungsversuchen. Wie Sie Ihr Unternehmen schützen können, zeigt eine Broschüre des BGA auf, die Sie auf www.lgad.de im Themenfeld *Unternehmensführung*, Rubrik *Fachberichte* abrufen können.

Datenschutzgrundverordnung

Das zweite Datenschutz-Anpassungs- und Umsetzungsgesetz (DSAnpUG-EU) ist am 25. November in Kraft getreten und wirkt sich auf 154 Fachgesetze aus. Das Gesetz enthält zwei wichtige Änderungen:

- Die Einwilligung kann im Arbeitsverhältnis zukünftig "schriftlich oder elektronisch" erfolgen (§ 26 Abs. 2 S. 3 BDSG).
- Die maßgebliche Personenzahl, ab der ein betrieblicher Datenschutzbeauftragter zu benennen ist, wird von 10 auf 20 erhöht (§ 38 Abs. 1 S. 1 BDSG).

Unsere Bewertung

- Die Voraussetzungen für eine wirksame Einwilligung werden weitgehend auf die Vorgaben der DSGVO zurückgeführt. Diese verlangt lediglich eine nachweisbare Einwilligung, aber nicht deren Schriftform.
- Die Erhöhung des Schwellenwerts bei der Benennung eines Datenschutzbeauftragten ist zu begrüßen.

150 Jahre Ferdinand Kreutzer-Sabamühle



Übergabe der LGAD-Ehrenurkunde an die vierte Generation der Familie Frank: Geschäftsführer Fabian Frank nimmt zusammen mit Prokuristin Christine Sparvoli-Frank die Glückwünsche von Herrn Ruhland und Frau Sauerbier entgegen.

Nürnberg mit seiner zentralen Lage in Europa ist ein günstiger Ort für den Handel. Für die Ferdinand-Kreutzer Sabamühle ist er logistisch der perfekte Ort zur Distribution seiner Handelsprodukte für die Nahrungs- und Genussmittelindustrie. Die Familie Frank, die

das Unternehmen seit Generationen führt und weiter entwickelt, orientiert ihr Handeln am hanseatischen Kodex der ehrbaren Kaufleute. „Fränkische Kaufleute sind nämlich ähnlich wie die Hanseaten in Hamburg“, pflegt Geschäftsführer Fabian Frank zu sagen. Wie passend, dass die zweite Niederlassung noch vor der Jahrtausendwende in Drage an der Elbe bei Hamburg eröffnet wurde. Die Gesellschafter bzw. die drei Familienstämme der Familie Frank sind zudem in der Region stark im ehrenamtlichen Einsatz, etwa im LGAD, in den Ehrenämtern der IHK und im Verband der Jungen Unternehmer.

Klein in Bayern, groß in der Welt



Verleihung in München: LGAD-Präsident Leicher (ganz rechts) war Jurymitglied und hielt die Laudatio auf den Preisträger Handel, gleich neben ihm Frau und Herr Burlisch von der aviaticscouts GmbH.

Am 20. November wurde der Exportpreis Bayern verliehen. Ausgezeichnet wurden Betriebe mit bis zu 100 Vollzeitmitarbeitern. Die Jury bewertete in erster Linie nach der Innovationsbereitschaft der Unternehmen bei der Erschließung neuer Märkte. Für den Handel wurde die aviaticscouts GmbH aus Lichtenfels ausgezeichnet, die sich auf den An- und Verkauf von gebrauchten Flugzeugsitzen spezialisiert hat und eine Exportquote von 98 Prozent erreicht. „Die internationale Reputation im schwer zugänglichen Flugzeugmarkt konnten wir erreichen,

weil wir konsequent auf die neuen Medien und Internetplattformen mit diversen Such- und Filterkriterien für die Kundenwünsche gesetzt haben“, so Geschäftsführer Thomas Bulirsch.

Die weiteren Preisträger sind:

- Industrie: BioCer Entwicklungs GmbH
 - Dienstleistung: MINOVA Information Services
 - Handwerk: Wackerbauer Maschinenbau
 - Genussland: Eduard Edel Bonbonfabrik
- Mehr zum Preis und den Bewerbungsvoraussetzungen finden Sie unter www.exportpreis-bayern.de.