



LGAD-Umfrage

Cyberangriffe auf den Groß- und Außenhandel

In der letzten Ausgabe der LGAD-Nachrichten hatte Jan Heinrich Loesch vom Cyberangriff auf sein Unternehmen berichtet. Die LOESCH GmbH ist bei weitem nicht das einzige Unternehmen, das schon einmal virtuell angegriffen wurde. Wir wollten mehr über das Thema „Cyberangriffe“ wissen und haben unsere Mitglieder um Auskunft gebeten. Vielen Dank an alle, die bei der LGAD-Umfrage mitgemacht haben! Hier die Ergebnisse:

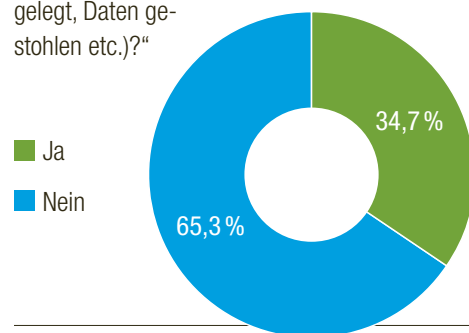
Als erstes wollten wir wissen, wie viele Unternehmen grundsätzlich schon von Angriffen aus dem Netz betroffen sind. Auf die Frage: „Wurde Ihr Unternehmen schon einmal Opfer einer Cyberattacke (Hard- und Software lahmgelegt, Daten gestohlen etc.)?“ hat ein Drittel der LGAD-Mitglieder (34,7 Prozent) mit „Ja“ geantwortet. 65,3 Prozent der Befragten hatte bisher das Glück, noch nicht in das Visier von Cyberkriminellen geraten zu sein.

Es kommt zudem vor, dass Unternehmen nicht direkt angegriffen werden, aber aufgrund von

Anschlägen auf Dritte zu Schaden kommen. Konkret hatten wir unsere Mitglieder gefragt: „Kam es in Ihrem Unternehmen schon einmal zu Verzögerungen aufgrund von Anschlägen auf öffentliche Infrastruktur (Bahn, Straßen, Telefonnetz etc.)? Jeder Fünfte (19 Prozent) hatte schon unter solchen Anschlägen zu leiden. 81 Prozent haben mit „Nein“ geantwortet.“

Ein großes Thema unserer Zeit – nicht erst seit Donald Trump – sind sog. Fake News. Diese können nicht nur den politischen Bereich betreffen, sondern auch in das Wirtschaftsgeschehen ein-

„Wurde Ihr Unternehmen schon einmal Opfer einer Cyberattacke (Hard- und Software lahmgelegt, Daten gestohlen etc.)?“



greifen. „Wurden schon einmal öffentlich Falschinformationen über Ihr Unternehmen verbreitet?“ – diese Frage beantworten 18 Prozent mit „Ja“.

[Fortsetzung Seite 2](#)



Liebe Leserinnen und Leser, liebe Mitglieder,

was leistet der Groß- und Außenhandel Tag für Tag für unser Land? Warum sind wir eine Wirtschaftsstufe und keine

Branche? Welche Bedeutung haben die Unternehmen des Groß- und Außenhandels für die Transformation der deutschen Wirtschaft?

Für die Leserinnen und Leser der LGAD-Nachrichten sind die Antworten klar. Warum stelle ich diese Fragen trotzdem? Ganz einfach: Weil viele Menschen nach wie vor nicht wissen, warum ohne den Großhandel in unserem Land nicht viel funktionieren würde. Wir fliegen unter dem Radar der öffentlichen Aufmerksamkeit.

Gerade weil unsere Unternehmen meist wie ein Uhrwerk im Hintergrund funktionieren, bekommen wir kaum Beachtung geschenkt. Wenn es in Krisen darum geht, die Wirtschaft zu stützen, ist so gut wie nie vom Groß- und Außenhandel die Rede. Man könnte meinen, die Politik hat uns vergessen.

Ich denke, sie hat uns einfach nicht auf dem Schirm und das müssen wir dringend ändern.

In der Pandemie hat die Bedeutung des Großhandels einen ersten spürbaren Schritt in der politischen Wahrnehmung gemacht. Durch die Lieferkettenkrise wurde die Systemrelevanz des Großhandels auch in der Öffentlichkeit erkannt. Darauf gilt es aufzubauen. Deshalb möchte ich Sie bitten, noch mehr für uns zu werben. Sie alle führen jeden Tag zahlreiche Gespräche – mit Kunden, Produzenten, Lokalpolitikern genauso wie mit Familienmitgliedern und Freunden. Fügen Sie diesen Gesprächen doch regelmäßig auch einen kurzen Werbeblock Groß- und Außenhandel bei.

Oft ist es dabei nicht so leicht, das, wofür unsere Wirtschaftsstufe steht, kurz und präzise darzustellen. Hierbei möchten wir Sie unterstützen: Der LGAD hat einen Onepager zum deutschen Großhandel erstellt. Das Papier liegt diesen LGAD-Nachrichten bei und stellt übersichtlich auf einer Seite die wichtigsten Aussagen zur Drehscheibe der deutschen Wirtschaft dar.

Auch der LGAD wird natürlich nicht müde, die Bedeutung des Groß- und Außenhandels zu erklären: Im Haupt- genauso wie im Ehrenamt. In zahlreichen persönlichen Gesprächen und über

unsere Kommunikationskanäle. Online genauso wie vor Ort. In München genauso wie in Berlin. Gegenüber der Politik genauso wie gegenüber der breiten Öffentlichkeit.

Unser ambitioniertes Ziel: Es muss Allgemeinwissen werden, warum es einen starken Groß- und Außenhandel braucht – gerade für die Zukunftsfähigkeit unseres Landes. Jeder und jede muss wissen, dass nur der Großhandel den vielfach geäußerten Wunsch nach Regionalität, Diversität und Sicherheit in der Lieferkette erfüllen kann und, dass nur mit einem starken Großhandel die Transformation der deutschen Wirtschaft gelingen kann.

Gemeinsam können wir noch mehr Begeisterung für unsere Wirtschaftsstufe entfachen. Das wird uns auch bei der Suche nach geeigneten Fach- und Nachwuchskräften helfen. Das wird uns stärken. Zusammen können wir dem Groß- und Außenhandel eine noch stärkere Stimme geben. Packen wir es an!

Ihr Christoph Leicher
Präsident

Cyberangriffe auf den Groß- und Außenhandel

82 Prozent sahen sich noch keiner Falschberichterstattung ausgesetzt.

In Zeiten eines Krieges in Europa ebenso ein ganz aktuelles Thema ist „Spionage“. Bei 7,1 Prozent der LGAD-Mitglieder wurde schon einmal mithilfe von Spionage-Techniken versucht, wichtige Informationen zu erlangen. 92,9 Prozent wurden bisher von Spionageversuchen verschont.

Wie wehrt sich die Wirtschaftsstufe „Groß- und Außenhandel“ gegen diese digitalen Angriffe? Ein wesentliches Instrument ist die Ausweitung von Investitionen in die Abwehr bzw. Vermeidung von Cyberangriffen, u. a. auch durch die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern und die Verbesserung von Virenabwehrprogrammen. In den letzten 5 Jahren haben 94 Prozent der LGAD-Mitglieder diese Ausgaben erhöht.

Außerdem wird auf die Schulung von Mitarbeitenden – u. a. zum Umgang mit verdächtigen E-Mails und zur Aufklärung zu Verschwörungstheorien – gesetzt, um Cyberangriffe abzuwehren. Heute bieten bereits 80 Prozent der Unternehmen diese Schulungen an.

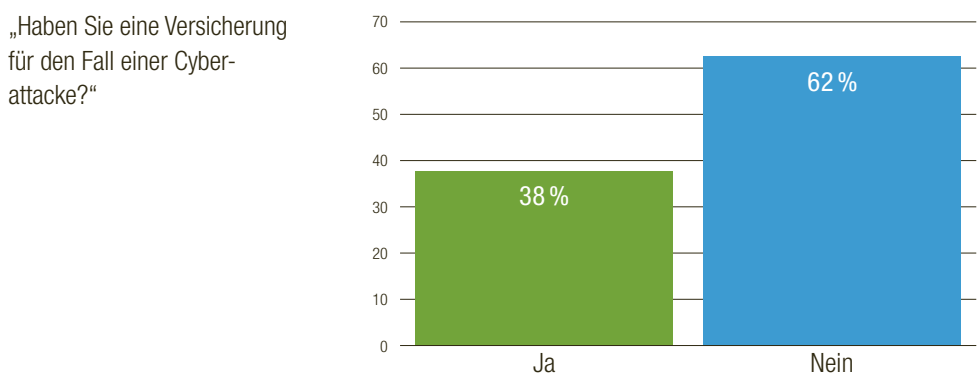
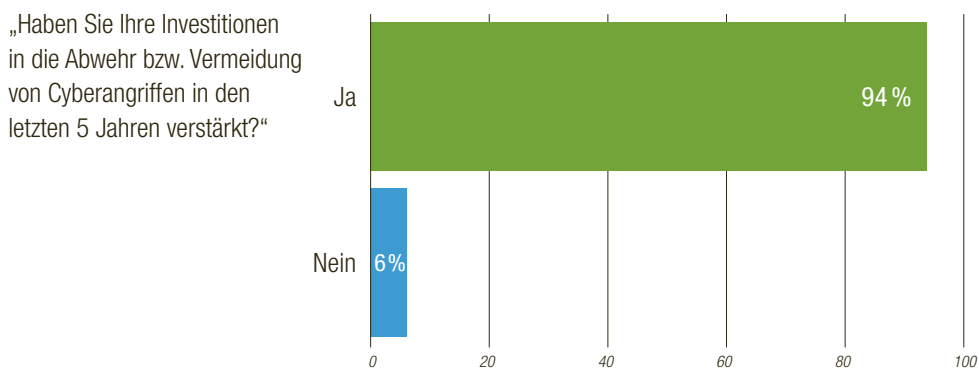
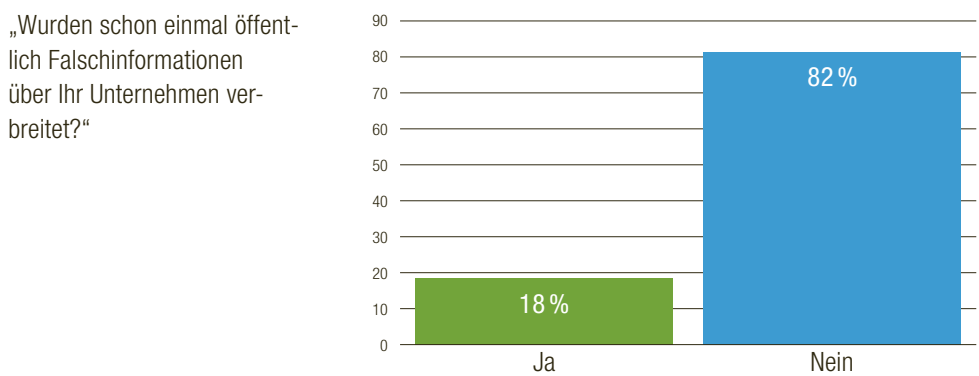
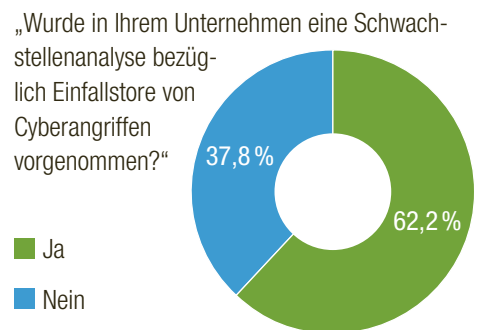
Um Sicherheitslücken zu schließen, ist es den LGAD-Mitgliedern wichtig, herauszufinden, wo in ihren Unternehmen mögliche Einfallstore für Cyberangriffe sind: 62,2 Prozent der Befragten

haben angegeben, bereits eine Schwachstellenanalyse vorgenommen zu haben.

Wenn trotz aller Maßnahmen in IT-Sicherheit ein Cyberangriff stattfindet und wie im Fall der Firma Loesch der Zugang zu allen EDV-Anwendungen sowie zu sämtlichen Daten blockiert ist, kann eine Versicherung Minderung verschaffen und den Cashflow vorübergehend aufrechterhalten. Dementsprechend haben 62 Prozent der befragten Unternehmen bereits eine Versicherung für den Fall einer Cyberattacke abgeschlossen.

LGAD-Seminarkalender

- 25. April 2023**
Online-Fachseminar: Arbeitsrecht
Altersteilzeit
- 4. Mai 2023**
Online-Fachseminar: Betriebsberatung
Social Media ist mehr als ein Bild auf Instagram – Wie nutzen Unternehmen die unterschiedlichen Kanäle richtig?
- 9. Mai 2023**
Online-Fachseminar: Arbeitsrecht
Urlaubsrecht (gesetzlicher und tariflicher Urlaub)
- 24. Mai 2023**
Online-Fachseminar: Betriebsberatung
Notfall in der Chefetage – Was geschieht, wenn der Unternehmer oder die Unternehmerin plötzlich ausfällt?
- 18. Juli 2023**
Online-Fachseminar: Arbeitsrecht
Fallstricke im Bewerbungsverfahren – Stellenausschreibung, AGG, Zulässige Fragen ArbG, Umgang Bewerbung Schwerbehinderte
- 12. September 2023**
Online-Fachseminar: Arbeitsrecht
Kranke Arbeitnehmer
- 10. Oktober 2023**
Online-Fachseminar: Arbeitsrecht
Von der Einstellung bis zur Kündigung
- 7. November 2023**
Online-Fachseminar: Arbeitsrecht
Elternzeit und Vertretungsbefristung



Wir brauchen wieder eine Haltung des „Möglichmachens“

Die letzten Jahre, geprägt durch die großen Krisen der Welt, haben zu einer erheblichen Verunsicherung der Menschen geführt. Die Suche nach Stabilität und Sicherheit ist eine logische Folge. Allerdings neigt der Mensch dazu, sich auf Bekanntes zu beziehen und leitet die Vorstellung von der Zukunft stark aus der Vergangenheit ab. So verwundert es nicht, dass ein starkes Bestreben zur Wiederherstellung des früheren Zustandes viele Entscheidungen und Bemühungen treibt. Dieses gesamtgesellschaftliche Phänomen zeigt sich nicht zuletzt auch im Vorgehen der Politik, welche ja zum Glück in einem funktionierenden demokratischen System Ausdruck der Haltung und des Willens des Volkes ist.

Das Risiko, welches daraus entsteht, ist das Dominieren einer Verhinderungs- und Bewahrerhaltung, wie sie heute immer stärker spürbar wird. Innovationen und Wagnisse bedeuten oft eine zusätzliche Unsicherheit, daher werden sie umso kritischer gesehen. Und wenn auch bereits vor den großen Krisen der letzten Jahre der Gesellschaft eine gewisse Wohlstandsträgheit unterstellt wurde, haben die großen Beeinträchtigungen und Bedrohungen, welche die Coronapandemie, der Ukrainekrieg, die Energiekrise und die Auswirkungen der Inflation



Volker Schlinge ist Geschäftsführer und Arbeitsdirektor der METRO Deutschland GmbH sowie Vizepräsident des LGAD.

bedeuten, die Entwicklung dieser gesellschaftlichen Tendenzen wohl beschleunigt.

Die spürbaren Zunahmen an Regulatorik und Regulierung, an administrativen Anforderungen und an prominenten Verboten in der öffentlichen Diskussion kann als Ausdruck einer derartigen Haltung verstanden werden.

Da es aber nicht Ziel einer zukunftsfähigen Gesellschaft sein kann und darf, sich auf die Wiederherstellung von Vergangenem zu fokussieren, braucht es eine permanente aktive Anpassung an veränderte Situationen als Basis für die Schaffung von zukunftsfähigen Entwicklungen und Strukturen. Eine Besitzstandswahrung kann im besten Fall ja auch nur denen dienen, die einen erhaltenswerten Status erreicht haben; alle anderen, die eine Verände-

rung ihrer Lebensumstände anstreben oder gar zwingend benötigen, werden in weiten Teilen ausgeschlossen. Das kann und darf nicht das Ziel einer sozialen und demokratischen Gesellschaft sein.

Um dies jedoch zu schaffen, brauchen wir wieder eine gesellschaftliche Haltung des „Möglichmachens“. Es braucht Freiräume für Menschen, Unternehmen, Verbände und Institutionen, die sich der Verantwortung stellen und Chancen für die Zukunft schaffen wollen. Nur dann wird auch das Ringen um die besten Lösungen und der konstruktive Diskurs um und auf dem Weg zum Ziel erfolgreich sein. Wir als Großhändler, als Branche und als Unternehmer stellen uns der Verantwortung. Wir können und wollen ein treibendes Element bei der Entwicklung von Lösungen sein.

Nur dann, wenn unternehmerische Verantwortung in einem Gleichgewicht mit unternehmerischer Freiheit und sozialer Verantwortung steht, wenn Tarifparteien ihre Rolle im Geiste der Tarifautonomie frei wahrnehmen können, wenn ganzheitliches Denken und Handeln über ideologischem Aktionismus stehen, kann die Gesellschaft den großen Herausforderungen unserer Zeit angemessen entgegenreten. Der Zusammenhang zwischen sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen erfordert ein nach vorne gerichtetes Denken und HANDELN – und nicht ein rückwärts gerichtetes Diskutieren.

Von unserem Servicepartner erklärt Kostenfalle Arbeitsunfähigkeit

Kennen Sie die Kosten, die Ihr Unternehmen infolge krankheitsbedingter AU belasten?

Die Krankheitstage in Bayern 2021 lagen laut Dachverband der Betriebskrankenkassen (BKK) im Durchschnitt bei 16,2 Tagen je Mitglied. Die Kosten für Produktionsausfall und Bruttowertschöpfung für das Jahr 2021 hat die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin für den Bereich Handel mit 276 € und für das produzierende Gewerbe mit 429 € je Ausfalltag beziffert.

Die Kosten für AU-Zeiten (Arbeitsunfähigkeitszeiten) sind dem Personalbereich zuzuordnen, tauchen in der betrieblichen Personalkostenstatistik jedoch nur unvollständig auf. Teils werden AU-Zeiten bereits bei der Personalbemessung berücksichtigt, teils werden Kosten für zusätzlichen Personaleinsatz auf anderen Aufwandskonten verbucht. Mit dem Wegfall der Lohnfortzahlung nach sechs Wochen scheinen sich die Personalkosten sogar zu reduzieren.

Produktionsausfall oder Auftragswegfall werden bei Personalkosten i. d. R. nicht berücksichtigt und immer wieder melden sich Langzeitkranke spätestens nach Ende der Lohnfortzahlung als „arbeitsfähig“ zurück – mit einem die Einsatzfähigkeit einschränkenden ärztlichen Attest.

Doch haben Unternehmen überhaupt die Möglichkeit, AU-Zeiten bzw. AU-bedingte Kosten systematisch anzugehen und auf Dauer zu reduzieren? Wir meinen: JA! Eine systematische Analyse der Ursachen der AU und die Schaffung von Steuerungsinstrumenten zur Genesung (zeitnahe Diagnostik durch Fachärzte, Reduzierung von Wartezeiten, Steuerung der Heilbehandlung), aber auch Unfallvermeidung als Teil der Mitarbeiterführung sowie die Zusammenarbeit mit der BG können dazu beitragen, Ausfallzeiten auf Dauer zu reduzieren.



Dipl.-Kfm. Dr. Stefan Wiltz ist Geschäftsführer der VPKM GmbH – Gesellschaft für Vergütungs- und Personalkostenmanagement. Die VPKM unterstützt seine Kunden dabei, AU-Zeiten bzw. AU-bedingte Kosten auf Dauer zu reduzieren. Weitere Informationen: www.vpkm.de

Webinar am 10. Mai 2023

Payment als Instrument der Kundenbindung im E-Commerce

Während im B2C-E-Commerce seit Jahren neue Konzepte – mit nahezu unerschöpflichen finanziellen Mitteln und oftmals nach dem Prinzip „Versuch und Irrtum“ – erprobt, wieder verworfen und neu aufgebaut wurden, ist diese Vorgehensweise im Zusammenspiel von Unternehmen nicht ratsam. Zu viele wertvolle Geschäftsbeziehungen, eingespielte Abläufe und die langfristig aufgebaute vertrauensvolle Zusammenarbeit würden auf dem Spiel stehen.

Ein verlässlicher Partner auf Augenhöhe zu sein, die Prozesse des Käufers zu verstehen und in allen Möglichkeiten des E-Commerce mitzudenken – das sind die Herausforderungen beim Aufbau eines funktionierenden und prozessual eingebetteten Shop-Angebotes. Ansonsten

bleiben weitere Potentiale, die sich beispielsweise durch Paymentlösungen ergeben, oftmals auf der Strecke.

Die Digitalisierung von Payment- und Finanzprozessen bietet auch im B2B-Bereich zahlreiche Möglichkeiten Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Neben den „Klassikern“ Zahlungsverkehr, Rechnungswesen, Finanzierung und Risikomanagement berührt das auch Themen wie Mitarbeiterqualifizierung und Kundenbindung. Doch offline funktionierende Vertriebsmodelle werden beim Aufbau des E-Commerce oft nicht umfassend beleuchtet und neu aufgestellt, sondern 1 zu 1 in einen Shop übertragen.

Inwieweit der B2C-E-Commerce als Blaupause für B2B-E-Commerce dienen kann, das im B2C

gelernte Kaufverhalten auf den B2B-Bereich übertragbar ist und welche Anforderungen an den B2B-E-Commerce darüber hinaus zu stellen sind, beleuchtet das Webinar „**B2B-E-Commerce: Vorsprung durch digitalisierte Payment- und Finanzprozesse**“ von LGAD, TEBA Kreditbank und ibi research am **10. Mai 2023 von 10.30 bis 12.00 Uhr**.

Neben den gängigen Paymentmethoden und deren Verbreitung wird hier auf die Vor- und Nachteile für Händler und Käufer speziell im B2B eingegangen und gezeigt welche Hebel genutzt werden können, um die Wettbewerbsfähigkeit des eigenen Unternehmens zu stärken.

Anmeldungen unter:

<https://ibi.de/veranstaltungen/webinare>

Neuer LGAD-Servicepartner

Innovative Lösungen für Datenschutz und IT-Sicherheit

Zum 1. April begrüßt der LGAD die eSourceONE GmbH als neuen Servicepartner im Verband. Das IT-Unternehmen mit Sitz in der Weltkultur-erbe-Stadt Bamberg hat sich auf die Bereitstellung innovativer Software und Lösungen in den Bereichen Datenschutz und IT-Sicherheit spezialisiert. Seit der Gründung im Jahr 2002 hat sich das Unternehmen zu einem wichtigen Partner für zahlreiche Unternehmen in der Region und darüber hinaus entwickelt.

Das Team von eSourceONE besteht aus hochqualifizierten Experten, die sich auf die Entwicklung von maßgeschneiderten IT-Lösungen für Unternehmen in verschiedenen Branchen konzentrie-

ren. Das Unternehmen ist bereits seit 2010 gemäß der aktuellen, internationalen Norm für Informationssicherheit ISO/IEC 27001 zertifiziert und bietet eine breite Palette von Dienstleistungen, darunter IT-Services für eine sichere Infrastruktur, Auftritt als externer Datenschutzbeauftragter, Bereitstellung des eigens entwickelten ISMS, Entwicklung von individueller Software inkl. Schnittstellen.

Im Bereich der Cybersicherheit bietet eSourceONE umfassende Lösungen zum Schutz vor Cyberangriffen an. Das Unternehmen zeichnet sich durch seine innovativen Lösungen aus, die auf modernen Technologien und bewährten

Methoden basieren. So ist eSourceONE seit vielen Jahren Microsoft Partner und verfügt über spezielle Expertisen in den Bereichen Microsoft 365 und Azure.

Durch die enge Zusammenarbeit mit seinen Kunden ist es eSourceONE möglich, die Bedürfnisse der Kunden zu verstehen und optimale Lösungen zu entwickeln, die auch ihre Geschäftsziele unterstützen. Bei eSourceONE wird großer Wert daraufgelegt, den Kunden einen erstklassigen Service zu bieten. Durch seine hohen Standards und seine umfassende Expertise ist eSourceONE ein vertrauenswürdiger Partner für Unternehmen aller Größen und Branchen geworden.



Neuer LGAD-Servicepartner

Hinweisgeberschutz rechtssicher umsetzen



Das Hinweisgeberschutzgesetz kommt. Damit setzt Deutschland die EU Whistleblower Richtlinie

um. Das neue Gesetz verpflichtet Arbeitgeber mit über 250 Beschäftigten Hinweisgebersysteme einzurichten, über welche Beschäftigte Hinweise zu Gesetzes- oder Regelverletzungen (anonym) im Unternehmen melden können. Unternehmen zwischen 50 und 249 Beschäftigten haben bis Dezember 2023 Zeit, Hinweisgebersysteme einzuführen. Unternehmen unter 50 Beschäftigten sind nicht betroffen. Neben der Einrichtung eines Hinweisgebersystems müssen die Unternehmen detaillierte Vorgaben beim Betrieb der Hinweisgebersysteme beachten und fachkundiges Personal mit der Entgegennahme und Bearbeitung

von Hinweisen betrauen. Ausdrücklich erlaubt ist das Outsourcing der neuen Pflichten.

Der neue LGAD-Servicepartner HINWEISGEBEREXPERTE hat sich auf das Outsourcing der neuen Vorgaben spezialisiert und betreut mittlerweile über 100 Hinweisgebersysteme. Die Kunden des Unternehmens sind in der Regel mittelständische Unternehmen zwischen 50 und 1.000 Beschäftigten. Oft haben diese keine eigene Rechts- oder gar Compliance-Abteilung. Hier setzt HINWEISGEBEREXPERTE an und bietet Unternehmen an, die neuen Vorgaben komplett zu übernehmen, so dass die Kunden keine eigenen Ressourcen benötigen, um das Gesetz zu erfüllen.

Das Komplett-Paket von HINWEISGEBEREXPERTE enthält neben der Bereitstellung eines digitalen Hinweisgebersystems auch die persönliche Erreichbarkeit der Compliance-Experten per Telefon oder persönlichem Treffen. Wenn Hinweise eingehen, betreut das Unternehmen den dann folgenden Prozess, prüft den Hinweis auf Stichhaltigkeit und gibt seinen Kunden konkrete Handlungsempfehlungen.

Geschäftsführer Dr. Maximilian Degenhart ist Rechtsanwalt und Compliance Officer und gilt als renommierter Experte für Compliance. So hat Dr. Degenhart unter anderem als Sachverständiger in der öffentlichen Anhörung des Rechtsausschusses des Deutschen Bundestags zum neuen Hinweisgeberschutzgesetz am Gesetzgebungsprozess mitgewirkt. HINWEISGEBEREXPERTE bietet LGAD-Mitgliedsunternehmen u. a. 20 Prozent Rabatt auf die regulären Tarife an.

Von unserem Servicepartner erklärt

Kosten in der Logistik reduzieren und gleichzeitig nachhaltig handeln!

Geht das? Klingt fast zu gut, um wahr zu sein? Doch, das geht. Zwei konkrete Beispiele:

Beispiel 1

Sie möchten die Fehlerquote in der Logistik verringern und verbessern die Kommissionierung bspw. durch Pick-by-Light oder durch eine Verkürzung der Wege für Ihre Mitarbeiter. Dadurch sparen Sie **Kosten** durch die verbesserte Produktivität der Mitarbeiter, erhöhen den **Umsatz**, weil mehr Aufträge noch am selben Tag das Unternehmen verlassen. **Nachhaltig** ist diese Lösung, weil mehr Sendungen mit dem regulären Sammel-LKW mitfahren und zusätzliche Sonderfahrten oder Nachlieferungen vermieden werden können. Denn: Ihre Mitarbeiter wurden schneller fertig!

Beispiel 2

Sie möchten die Anzahl der Kundenauslieferungen je Fahrzeug und Tag erhöhen. Deshalb verbessern Sie die Qualität der Beladung und unterstützen die Tourenplanung durch ein neues Tool. Sie reduzieren dadurch **Kosten**, weil innerhalb einer Schicht sowohl LKW als auch Fahrer erheblich produktiver werden. Außerdem handeln Sie dadurch **nachhaltig**, weil der LKW voller ist, insgesamt weniger LKW-Kilometer zurückgelegt werden müssen und die Fahrten zwischen den Entladestellen verkürzt werden. Außerdem werden zweite Anfahrten am selben Tag vermieden, weil das Richtige in der richtigen Reihenfolge aufgeladen wurde.

Dies sind nur zwei Beispiele von sehr vielen mehr. Eine **Kostenreduzierung** in der Logistik wirkt sich fast immer gleichzeitig positiv auf die **Nach-**

haltigkeit aus. Im Umkehrschluss heißt das: Die Entwicklung einer nachhaltigen Logistik muss häufig gar kein Geld kosten! Nachhaltigkeit ist viel mehr sehr oft ein positives Nebenprodukt Ihrer Aktivitäten, Ihre Logistik zu optimieren.

Mehr zum Thema: <https://www.christianschober.de/nachhaltigkeit/>



Christian Schober ist Inhaber von Schober Beratung für Logistik. Das Unternehmen entwickelt seit 25 Jahren und in über 300 Projekten nachhaltige Logistiklösungen.

Von unserem Servicepartner erklärt

Die Veränderung des Vertriebs-Business während und nach Corona

Die Erfahrungen während der Corona-Krise haben gezeigt, dass sich das Vertriebsgeschäft von Unternehmen stark verändert hat. Mit dem aktuellen Abebben der Pandemie stellt sich für Unternehmen die Frage, wie sie den Vertrieb erneut ausrichten und optimal für die Zukunft aufstellen.

Der Beginn der Pandemie war von enorm erschwerten Bedingungen geprägt. Teilweise kam der persönliche Kundenkontakt von Außendienstmitarbeitern komplett zum Erliegen. Besuche bei Kunden waren aus Sicherheitsgründen von heute auf morgen nicht mehr erwünscht und persönliche Beratung und Service waren vor Ort nicht mehr möglich. Auch die vielen Homeoffice-Vereinbarungen erschwerten die gegenseitige Erreichbarkeit. Vertriebler waren plötzlich von ihren Kunden regelrecht abgeschnitten und deren Vertriebstätigkeit bedurfte neuer kreativer Lösungen. Neben der Telefonakquise, dem verstärkten Einsatz von Online-Marketing war dies insbesondere das Ausweichen auf die sozialen Medien und ein sprunghafter Anstieg von Online-Meetings und -konferenzen. Die bis zu diesem Zeitpunkt zu wenig genutzten Möglichkeiten digitaler Technologien wollten nun alle haben.

Vertrieb der Zukunft

Die Erfahrungen des letzten Jahres zeigen, dass das Interesse für neue und alternative Wege im Vertrieb sehr stark angestiegen ist. Viele Chefs von Unternehmen haben die Bedeutung des Vertriebs in schwierigen Zeiten erkannt und schenken diesem Geschäftsbereich verstärktes Augenmerk. Zusammen mit den Vertriebsmitarbeitern stellt sich die Frage, welche Schwerpunkte zu setzen sind, um damit künftig erfolgreich zu sein.

Von einer Normalität wie vor der Pandemie sind wir weit entfernt. Die Frage stellt sich demnach nicht, ob man komplett zurück in die alte Vertriebsroutine gehen oder nur noch die neu entwickelten Alternativen insbesondere des „Online-Business“ nutzen will. Als Vertriebscoach haben mir die vielen Gespräche und Schulungen der letzten Monate mit Unternehmen und Vertriebsmitarbeitern gezeigt, dass wir viele Erfahrungen aus dieser Zeit mitnehmen können und in künftige Vertriebskonzepte einbringen sollten. Die Lösung liegt nicht im Entweder-Oder, sondern wie so oft in der Mitte. Nicht alle neu beschrittenen Wege und Mittel waren optimal und haben den Vertrieb teils auch eingeschränkt. Aber viele neue Themen können uns den Alltag im Vertrieb erleichtern und zu neuen individuellen Vertriebskonzepten beitragen.

Verkaufsgespräch: Persönlich versus digital?

Der persönliche Kontakt im Vertrieb wird in den meisten Branchen auch in Zukunft nicht wegzudenken sein. Das individuelle Gespräch, die persönliche Beratung vor Ort und der menschliche Austausch schaffen eine nicht zu ersetzende Kundennähe und führen oftmals zu schnelleren und effektiveren Lösungen.

Und dennoch erfordern die Entwicklungen unserer schnelllebigen Zeit neue Wege im Vertrieb, insbe-

sondere ausgelöst durch eine sich ständig verändernde Geschäftswelt, den Möglichkeiten der digitalen Technologien sowie dem nicht mehr zu verleugnenden Fachkräftemangel in fast allen Arbeitsbereichen. Viele haben die Vorteile alternativer und schnellerer Kommunikationswege im Vertrieb erkannt und möchten diese nicht mehr missen. Von daher sprechen diese Erfahrungen eher für einen Mix von Maßnahmen, der beiden Seiten entgegenkommt: Dem Vertriebler als auch dem Kunden! Ist der persönliche Kontakt zum Kunden einmal aufgebaut, lassen sich auch Online-Maßnahmen gut integrieren. Beide Seiten haben Zeitvorteile und das Gespräch sowie die Beratung bleiben trotzdem auf einer persönlichen Ebene.

Der Mix macht es aus und sollte für jedes Unternehmen individuell konzipiert und für den Verkauf genutzt werden!

Mehr Infos finden Sie unter: www.katharinascherhauffer.de



Katharina Scherhauffer ist Coach für die Themen Vertrieb, Kommunikation und Persönlichkeitsentwicklung. Sie entwickelt maßgeschneiderte Lösungen für Unternehmen und Vertriebsmitarbeiter.

Aus dem Themenbereich Recht

(Langzeit-)Erkrankte – Wann verfallen Urlaubsansprüche bei Genesung im Übertragungsjahr?

Urlaubsansprüche verfallen nur, wenn Arbeitnehmer über einen drohenden Verfall unterrichtet worden sind. Bei durchgängiger Arbeitsunfähigkeit erlöschen Urlaubsansprüche zudem erst 15 Monate nach Ende des eigentlichen Urlaubsjahres. Was aber gilt, wenn Arbeitnehmer nach Übertragung von Urlaubsansprüchen im Übertragungsjahr wieder arbeitsfähig werden? Dies soll an zwei Beispielfällen verdeutlicht werden. Es sei jeweils angenommen, dass der Mitarbeiter ordnungsgemäß auf den möglichen Verfall des Urlaubs hingewiesen worden war.

Beispiel 1

- Der Resturlaubsanspruch aus 2021 (14 Tage, Vollurlaubsanspruch von 30 Tagen) war wegen andauernder Arbeitsunfähigkeit ab Juni 2021 auf 2022 übertragen worden.
- Die Arbeitsunfähigkeit dauerte ununterbrochen noch bis 31. Januar 2022 an.
- Danach kehrte der Arbeitnehmer in den Betrieb zurück, nahm aber zunächst keinen Urlaub, sondern machte den gesamten Urlaub (14 Tage aus 2021 und 30 Tage aus 2022) am 1. Juni 2022 geltend.
- Welchen Anspruch auf Urlaub hatte der Arbeitnehmer am 1. Juni 2022?

Lösung:

- Die Resturlaubsansprüche von 14 Tagen aus 2021 werden nach § 7 III 3 BurlG auf das Urlaubsjahr 2022 übertragen. Hinzu kommen am 1. Januar 2022 die 30 Tage des neuen Urlaubsjahres. Ab Genesung (1. Februar 2022) standen der Inanspruchnahme des aus 2021 übertragenen Resturlaubs keine Gründe (insb. keine andauernde Arbeitsunfähigkeit) im Wege.
- Entsprechend hätte der Arbeitnehmer Urlaub antreten müssen. Da dies nicht geschehen ist,

war der übertragene Resturlaubsanspruch aus 2021 mit Ablauf des 31. März 2022 ersatzlos entfallen.

- Danach standen dem Arbeitnehmer am 1. Juni 2022 nur noch 30 Urlaubstage (Jahresurlaubsanspruch 2022) zur Verfügung.

Beispiel 2

- Wie Beispiel 1. Die Arbeitsunfähigkeit dauerte aber bis 30. Mai 2022 an. Sodann trat der Arbeitnehmer seinen Dienst an, ohne allerdings bis Jahresende 2022 Urlaub zu nehmen.
- Welchen Urlaubsanspruch hatte der Arbeitnehmer am 1. Januar 2023?

Lösung:

- 14 Tage Resturlaub waren in das Jahr 2022 nach § 7 III 3 BurlG übertragen worden.
- Wegen andauernder Arbeitsunfähigkeit über den 31. März 2022 hinaus kam es – wie nach europäischem Recht erforderlich – zu einer weiteren Aufrechterhaltung des Resturlaubsanspruchs.
- Im Jahr 2022 hätte der Arbeitnehmer nun den Resturlaub aus 2021 und den Urlaubsanspruch aus 2022 in Anspruch nehmen müssen.

- Da dies bis zum Ablauf des 31. Dezember 2022 nicht geschehen war, verfiel der gesamten Anspruch aus 2021 und 2022. Zum 1.1.2023 hatte der Arbeitnehmer lediglich den neuen Urlaubsanspruch aus 2023 in Höhe von 30 Tagen.

Fazit:

Länger andauernde Erkrankungen um den Jahreswechsel können zur Übertragung von Resturlaubsansprüchen führen. Bis wann der übertragene Urlaub dann in Anspruch zu nehmen ist, hängt vom Zeitpunkt der Wiedergenesung und Wiederaufnahme der Tätigkeit ab. Wer im ersten Quartal des Übertragungsjahres wieder arbeitsfähig wird, hat den übertragenen Resturlaubsanspruch nach Möglichkeit im ersten Quartal zu nehmen. Wer später im Übertragungsjahr die Arbeit wieder aufnimmt, hat bis 31. Dezember des Übertragungsjahres den Urlaub zu nehmen. Eine weitere Übertragung auf das Folgejahr kommt nur beim Vorliegen entsprechender Gründe in Frage. Der Anspruch aus dem Urlaubsjahr verfällt spätestens dann mit Ablauf von 15 Monaten nach dessen Ende.

Impressum

Erscheinungsweise:

zweimonatlich

Verleger:

Wirtschaftshilfe des Bayerischen Groß- und Außenhandels GmbH

Alleiniger Gesellschafter:

Landesverband Bayern
Großhandel · Außenhandel · Dienstleistungen e.V.

Verantwortlich für Redaktion und Anzeigenteil:

Wolfram Sieg

Grafik:

The Sixtyfour, Ralf Kasper, München

Druck:

typobierl Satz & Druck GmbH, Oberschleißheim

Hauptgeschäftsstelle:

Max-Joseph-Straße 5, 80333 München
Postfach 201337, 80013 München
Telefon: 089 54 59 37-0, Fax: 089 54 59 37-30
info@lgad.de, www.lgad.de

Geschäftsstelle Nürnberg:

Sandstraße 29, 90443 Nürnberg
Telefon: 0911 20 31 80, Fax: 0911 22 16 37
nuernberg@lgad.de

Sachgrundlose Befristung – Definition zu „Vorbeschäftigung von sehr kurzer Dauer“

Die sachgrundlose Befristung eines Arbeitsverhältnisses ist nicht zulässig, wenn mit demselben Arbeitgeber bereits zuvor ein Arbeitsverhältnis bestanden hat (§ 14 Abs. 2 Satz 2 TzBfG). Das BVerfG hatte 2018 entschieden, dass Ausnahmen von diesem „Vorbeschäftigungsverbot“ in verfassungskonformer Auslegung im Einzelfall möglich sind, wenn eine Vorbeschäftigung „sehr lang“ zurückliegt, „ganz anders“ geartet oder von „sehr kurzer Dauer“ war (BVerfG, Beschluss v. 6.6.2018 - 1 BvL 7/14 und 1 BvR 1375/14). In einem aktuellen Urteil hat das BAG nunmehr die Begrifflichkeit „sehr kurze Dauer“ präzisiert (BAG, Urteil v. 15.12.2021 - 7 AZR 530/20).

In dem konkreten Fall stritten die Parteien über die Beendigung ihres Arbeitsverhältnisses infolge einer im Juli 2017 vereinbarten sachgrundlosen Befristung. Dieser Befristung war ein zwischen ihnen bestehendes Arbeitsverhältnis im Zeitraum vom 21.6.2004 - 14.8.2004 vorausgegangen.

Die Dauer der Vorbeschäftigung sei, so das BAG, als „sehr kurz“ zu bewerten und stehe somit dem Vorbeschäftigungsverbot nicht entgegen. Eine Grenze zur Einordnung eines „sehr kurzen“ Arbeitsverhältnisses lasse sich – in Anlehnung an § 622 Abs. 5 Satz 1 Nr. 1 und § 8 Abs. 1 Nr. 2 SGB IV – bei drei Monaten ziehen.

Folgen Sie dem LGAD auch auf

