

magazin

2020

Mitmachen!

MOTTO

KLEBEN

Infos auf Seite 2.

Mitmachen!

MOTTO
KLEBEN.

Neu denken erfordert auch Kreativität. Und die wollen wir mit unserem Jahresmagazin spielerisch bei Ihnen wecken. Gestalten Sie unser magazin 2020 mit den beigelegten Buchstaben-Stickern und kleben, malen oder basteln Sie Ihr Motto, Ihren Wunsch oder einen Werbeslogan auf die Titelseite. Die AGA-Jury prämiert die kreativsten Einsendungen. Schicken Sie einfach bis 15. April 2020 ein Foto Ihres ganz persönlichen Titelmotivs an christian.buchholz@aga.de Stichwort **magazin 2020**.

Unsere Preise:

- 2 x 2 Eintrittskarten für das Konzert „Classic Fantastic“ am 29. Juni 2020 im Großen Saal der Hamburger Elbphilharmonie
- 2 x 1 Teilnahme am INW-Workshop LEGO® Serious Play®
- 3 x 1 Online-Kurs des INW – bildungswerk.digital
- 5 x 1 Kreativ-Paket von edding

Ihr Motto einfach
auf die freie Fläche
des Titels kleben.





4 Editorial

5 Neu denken

- 6 Gesellschaft, Unternehmen, Politik: Darum müssen wir neu denken müssen
- 10 Hasso-Plattner-Institut: Warum Design Thinking Innovationen fördert
- 12 Neue Ideen für Unternehmen: Zu Besuch bei design for human nature
- 14 Der edding code: Intelligente Tinte für eine digitale Welt
- 16 Das Grundgesetz neu gedacht
- 18 Dranbleiben! Interview mit Joachim Pawlik
- 20 NEXT Conference: Der AGA taucht ein in Parallelwelten



21 Wirtschaft & Politik

- 22 Norddeutschland ist abgehängt – Interview mit Prof. Gabriel Felbermayr
- 25 Das Brexit-Chaos und (k)ein Ende in Sicht
- 26 Die Neue Seidenstraße: Chance oder Bedrohung?
- 28 DSGVO: Der große Knall ist ausgeblieben
- 30 Verbändeallianz Nord | Mitte | Ost: Soziale Marktwirtschaft braucht starke Verbände
- 32 NORDHANDEL: Eine starke Stimme für den Handel im Norden



33 Recht & Tarife

- 34 Zurück zur Stechuhr? Das EuGH-Urteil zur Arbeitszeiterfassung
- 36 Tschüss Großraumbüro: Rechtliche Grundlagen von Home-Office und mobilem Arbeiten
- 38 Tarifverhandlungen: Abschluss am Rande des Machbaren
- 40 AGA-Vertragsgenerator: Per Klick zum individuellen Arbeitsvertrag



41 Bildung & Beruf

- 42 Die Revolution war gestern: Weiterbildung heute und morgen
- 43 Das INW-Seminarprogramm 2020
- 55 bildungswerk.digital – Ihr Partner für digitales Lernen
- 56 Ausbildung im Groß- und Außenhandel wird ab 2020 attraktiver
- 57 AGA-KompetenzCheck: Top-Azubis leichter auswählen
- 58 Azubi des Nordens 2019: Das sind die Gewinner



61 Studien & Employer Branding

- 62 AGA-Siegel in der Praxis: Ausbildungsmarketing neu denken
- 66 Branding: Das Markenversprechen einhalten
- 68 Führungskultur: AGA und Jobcenter befragten 2.400 Beschäftigte
- 70 Nachgefragt: Die AGA-Studien für die Wirtschaft



71 Über uns

- 72 30. **Europa**Abend mit Olaf Scholz
- 74 Events & Tagungen: Unsere Bilder des Jahres
- 76 Gunnar-Uldall-Wirtschaftspreis: Mehr als nur eine Auszeichnung
- 77 **Profi**Ticket Hamburg: Großkundenkonditionen für kleine Unternehmen
- 78 **Job**Card Hannover: Vorteile schon ab der ersten Karte
- 80 **Team**Mittelstand
- 82 Stark vernetzt
- 84 Wir für Sie
- 86 Impressum

Neu denken

Sich selbst und das eigene Tun hinterfragen, bereit sein, fortlaufend umzudenken, neu zu denken, sich beständig weiterzuentwickeln – das sind Aufgaben, die gerade in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten jedes Unternehmen beschäftigen. Wir leben in einer ungewöhnlich dynamischen Zeit.



● Dr. Hans Fabian Kruse, AGA-Präsident

Technik- und Pflichtschulungen bietet es ein umfassendes Portfolio. Wie das genau aussieht und unser Programm lesen Sie ab Seite 41. Die digitalen Angebote des AGA werden im laufenden Jahr durch einen Vertragsgenerator für Arbeitsverträge erweitert, dazu mehr auf Seite 40.



● Volker Tschirch, AGA-Hauptgeschäftsführer

Neu denken haben wir zu unserem Leitmotiv für 2020 gewählt. Wir sind der Überzeugung, dass es jetzt gilt, neue Ansätze, neue Märkte und neue Ideen zu generieren. Wenn das Wirtschaftswachstum stagniert oder zurückgeht, hilft kein Stillstand. Betrachten wir die Lage: Wir leben in einem niemals dagewesenen Wohlstand. Stabile Sozialsysteme, funktionierende Gesundheitsversorgung, weitgehend kostenlose Bildung, gute Sicherheit und seit Jahrzehnten leben wir in Frieden und Freiheit. Wir können also auch **positiv denken**. Dennoch ist bei vielen die Angst vor der Zukunft groß, was zu einer latenten Aufgeregtheit in politischen Diskussionen bis hin zu Wutausbrüchen in den Sozialen Medien und auf unseren Straßen führt. Wir wollen nicht lamentieren. Im Gegenteil: Mit dem Ansatz **Neu denken** wollen wir als Unternehmen, möglichst gemeinsam mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, mit gutem Beispiel vorangehen.

EDITORIAL

Was gibt es Neues in der AGA-Gruppe? In Zeiten der Digitalen Transformation setzt unser Bildungswerk INW zu seinem 60. Geburtstag auf die Vernetzung verschiedener Lernwelten und Didaktik. Von Praxis-Workshops mit Networking vor Ort über hochwertige digitale Lernformate mit Austausch bis hin zu bedarfsorientierten

Ein weiteres Beispiel für **Neu denken** und dabei selbst aktiv werden, ist dieses Magazin. Leben Sie Ihre Kreativität aus und gestalten Sie das noch schlichte Cover dieser Ausgabe selbst. Mit den beiliegenden Aufklebern oder eigenen Stiften können Sie Ihren einzigartigen Umschlag kreieren. Ihr Jahresmotto, ein persönliches Ziel, eine Zeichnung oder ein Zitat. Die schönsten Ergebnisse sollen prämiert werden. Alle Einzelheiten dazu finden Sie auf der zweiten Umschlagseite. Wir sind gespannt auf Ihre Vorschläge.

In unserem Magazin finden Sie weitere Impulse: Prof. Ulrich Weinberg vom Hasso-Plattner-Institut erklärt, wie Design Thinking Innovationen fördert, der Präsident des Kieler Instituts für Weltwirtschaft, Prof. Gabriel Felbermayr, wagt einen Ausblick auf das ökonomische Jahr 2020 und Oliver Wurm berichtet darüber, wie für das Grundgesetz neues Interesse geweckt wird.

Jetzt wünschen wir Ihnen viel Spaß mit anregenden Geschichten und unseren Expertentipps, um 2020 zu Ihrem Erfolgswort zu machen. Wir freuen uns auf den aktiven Austausch mit Ihnen!

Präsident
Dr. Hans Fabian Kruse

Hauptgeschäftsführer
Volker Tschirch

NEU denken.

547.000 Unternehmensgründungen
davon 108.000 Start-up-Gründungen
26.734 Patentanmeldungen (+4,7 Prozent)
10 Milliarden Euro Investitionen in die Digitalisierung
92,2 Milliarden Euro für Forschung und Entwicklung
1,1 Millionen Beschäftigte in der IT

Neu denken: Chance und Herausforderung für die Zukunft



”

Das Tempo der Digitalisierung wird sich nicht mehr verlangsamen, sondern eher beschleunigen, das bringt Vorteile sowie auch Nachteile. Unsere Entscheidungswege müssen in Zukunft noch schneller erfolgen. Dies hat zur Folge, dass wir Hierarchien herunterbrechen und unsere einzelnen operativen Einheiten entscheidungsstärker machen müssen.“

Christina Block, Mitgeschafterin und Aufsichtsratsmitglied der Block Gruppe

Das neue Jahrtausend ist 20 Jahre alt. Damals dachten alle, mit dem Millenniumswchsel würde eine neue Zeitrechnung einsetzen. Jetzt ist klar: Fortschritt lässt sich nicht an Jahreszahlen ablesen. Stattdessen befeuern technologische Entwicklungen die Digitalisierung und das wiederum beschleunigt den Wandel in Gesellschaft, Unternehmen und Politik. Das Tempo der Veränderungen hat rasant zugenommen, der Modernisierungszwang wächst unaufhörlich und erfordert in allen Bereichen ein hohes Maß an Flexibilität. Neu denken wird dadurch zum Zwang, kann aber auch Teil der Lösung sein. Das bestätigen dem AGA/INW magazin Unternehmerpersönlichkeiten und hochrangige Politikerinnen und Politiker.

Die Digitalisierung stellt Unternehmen schon seit einigen Jahren vor neue Herausforderungen, wird aber auch zunehmend von vielen als Chance wahrgenommen: Es entstehen neue Geschäftsideen, alte Strukturen werden aufgebrochen und die Anforderungen an Flexibilität und Kreativität nehmen zu. Das haben einige große Konzerne wie die Otto Group aus Hamburg schon früh verinnerlicht: „2016 haben wir erkannt, dass viele bestehende Businessmodelle in Zukunft nicht mehr erfolgreich sein würden, dass wir nahezu alles neu denken müssen“, so Alexander Birken, Vorstandsvorsitzender der Otto Group.

Auch die Block Gruppe (u. a. Block House, Grand Elysée Hotel Hamburg, Jim Block) macht sich die Vorteile und Möglichkeiten der Digitalisierung zunutze, wie Mitgeschafterin und Aufsichtsratsmitglied Christina Block bestätigt: „Bei uns sind das zum Beispiel

digitale Bestellsysteme für unsere Service-Mitarbeiter in der Gastronomie, eine App mit bargeldloser Bezahlungsfunktion für unsere Gäste und ein eigener Online-Shop bei Block House.“ Aber nicht immer spielt der Staat mit, manchmal verhindert er Innovationen: „Am meisten fordern uns die bürokratischen Bedingungen und Hürden. Es ist mir zum Beispiel unverständlich, warum wir in der heutigen Zeit vom Gast einen manuell ausgefüllten und unterzeichneten Hotelmeldeschein verlangen müssen. Hier wären zeitgemäße Prozesse und Rahmenbedingungen dringend notwendig.“

Gleichzeitig verändert sich der Arbeitsmarkt. Immer weniger junge Menschen verlassen Schule und Universität. Dabei ist der Bedarf an gut ausgebildeten Fachkräften so groß wie selten. Der Kampf um die besten Köpfe ist voll entbrannt. Doch das passiert genau zur Unzeit. Denn wie sollen die großen Herausforderungen der Digitalisierung mit weniger Personal bewältigt werden?

Auch die Einstellung von jüngeren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern hat sich verändert. Für die Generationen Y und Z ist nicht mehr nur allein die Verwirklichung im Beruf entscheidend. Vielmehr zählt die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, was die Digitalisierung durchaus leichter macht. Mobiles Arbeiten, Home-Office und flexible Arbeitszeiten sind mittlerweile entscheidende Faktoren, wenn es um die Wahl des Arbeitsplatzes geht. Unternehmen, die diese Angebote nicht machen, haben das Nachsehen bei der Besetzung vakanter Stellen.

Diese Entwicklung ist nur eine von vielen Veränderungen, die auch unsere Gesellschaft nachhaltig beeinflusst. Weitere Themen, die den aktuellen Diskurs bestimmen, sind bezahlbarer Wohnraum, Infrastruktur und Mobilität sowie ein starkes Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Umwelt.

Davon profitieren verstärkt die Grünen, die bei der Europawahl im Mai 2019 in Deutschland mehr als 20 Prozent der Stimmen auf sich vereinigen konnten. Dies ist ein Indiz dafür, wie sich die Parteienlandschaft in den vergangenen Jahren gewandelt hat. Die Machtverhältnisse, wie wir sie seit Jahrzehnten kannten, verschieben sich. Die ehemals bestimmenden Volksparteien CDU/CSU und SPD verlieren deutlich an Zustimmung in der

Bevölkerung, gleichzeitig wandern Teile der Wählerschaft an den rechten Rand, hin zur AfD. Parteienforscher haben herausgefunden, dass dies auch mit einer gewissen Angst vor Veränderung und Schnelllebigkeit zu tun hat. Frei nach dem Motto: Früher war alles besser.

Grund genug auch für die Parteien in Deutschland, sich und ihr Programm neu zu denken, um damit verlorene Wählerschichten wieder zurückzugewinnen und insbesondere junge Wähler anzusprechen. Die CDU-Vorsitzende und Verteidigungsministerin Annegret Kramp-Karrenbauer sagte dem AGA/INW magazin dazu: „Klar ist, dass wir in Sachen Wähleransprache permanent gefordert sind, neue und zeitgemäße Wege zu gehen. So wie sich die Medien- und Kommunikationslandschaft ausdifferenziert und sich technische Möglichkeiten erweitern, wird auch die Wählerschaft heterogener.“

Das hat auch die stellvertretende Bundesvorsitzende der FDP, Katja Suding, erkannt, die mit ihrer Partei dort sein möchte, wo die Debatte ist – vor allen Dingen in den digitalen Lebenswelten der Menschen: „Da wollen wir unsere Werte und Haltungen zeigen, unsere Zukunftsideen vorstellen, auf den Prüfstand stellen und im Dialog weiterentwickeln. Es ist eine riesige Chance, dass das im digitalen Raum mit geringen Kosten praktisch jederzeit und über alle räumlichen Entfernungen hinweg möglich ist.“

Fakt ist: Politik und Unternehmen haben verstanden, dass sie handeln und dabei neu denken müssen. Dabei dürfen sie nicht ihre gesellschaftliche Verantwortung außer Acht lassen. Darauf weist Lothar de Maizière, erster und letzter frei gewählter Ministerpräsident der DDR, hin: „Für mich ist Solidarität der Kitt der Gesellschaft. Dabei müssen die Menschen verstehen, dass Solidarität keine Einbahnstraße ist. Sie muss von allen gelebt werden.“

Neu denken: Lesen Sie unsere Interviews mit Annegret Kramp-Karrenbauer und Alexander Birken auf den folgenden Seiten.



”

Wie können wir den Menschen trotz vieler Umbrüche Sicherheit, Teilhabe und Entwicklungschancen garantieren? Das ist eine der wichtigsten Fragen, auf die wir eine plausible Antwort finden müssen, damit sich Menschen nicht in Angst und Resignation zurückziehen, sondern mutig und aufgeschlossen nach vorn schauen, sich ausprobieren, Neues wagen.“

Katja Suding, stellvertretende Bundesvorsitzende der FDP



”

Das bestimmende Thema der kommenden Jahre wird sicherlich die Digitalisierung und deren Folgen sein. Eine anschließende Frage ist: Wie gehen wir mit den Menschen um, die diesen neuen Herausforderungen nicht gewachsen sind? Deswegen wird Bildung unsere Zukunft entscheiden.“

Lothar de Maizière, erster und letzter frei gewählter Ministerpräsident der DDR



Annegret Kramp-Karrenbauer,

CDU-Vorsitzende und Verteidigungsministerin

Müssen Parteien angesichts der beschriebenen Situation neu denken, um wieder alle Wählergruppen zu erreichen?

Annegret Kramp-Karrenbauer: Diese Frage muss mit einem klaren „einerseits – andererseits“ beantwortet werden. Klar ist, dass wir in Sachen Wähleransprache permanent gefordert sind, neue und zeitgemäße Wege zu gehen. So wie sich die Medien- und Kommunikationslandschaft ausdifferenziert und sich technische Möglichkeiten erweitern, wird auch die Wählerschaft heterogener. Andererseits gilt immer noch die alte Weisheit: Menschen überzeugen Menschen. Das persönliche Gespräch hat seinen eigenen Wert.

Wie müssen Sie als Politikerin und in der Partei neu denken?

Annegret Kramp-Karrenbauer: Im Kontakt mit den Bürgerinnen und Bürgern brauchen wir eine klare, einfache und ehrliche Sprache. Politik erklärt sich heute nicht von selbst, sie muss erzählt und einge-

ordnet werden. Dabei helfen uns neue technische Möglichkeiten. Die Politik selbst muss ihrerseits agiler werden: In einer immer dynamischeren Zeit brauchen wir ein flexibles und adaptives Politiksystem, das in der Lage ist, schnell zu reagieren. Aber auch die Beteiligung der von den Gesetzen Betroffenen wie z. B. Wirtschaft, Verbraucher, ausführende Verwaltung wird – wenn wir Akzeptanz für unser politisches Handeln wollen – eine größere Rolle spielen müssen.

Welche Themen werden aus Ihrer Sicht zukünftig den gesellschaftlichen und politischen Diskurs bestimmen?

Annegret Kramp-Karrenbauer: Das meiste, was uns heute bereits beschäftigt, wird auch zukünftig Thema bleiben – nur noch schneller, dringlicher, europäisch und global vernetzter: Ordnung und Steuerung der Migration, gesellschaftlicher Zusammenhalt und Friedenssicherung, Erhalt unserer natürlichen Lebensgrundlagen, nachhaltiges Wirtschaften und modernes Arbeiten, eine Digitalisierung, die den Menschen nützt, generationengerechte Sozialpolitik. Die gesellschaftliche Priorität der einzelnen Aufgaben wird sich von Zeit zu Zeit verschieben, aber Politik darf nie aufhören, das große Ganze zu sehen.

Wie hat sich Ihr Unternehmen in den vergangenen Jahren verändert bzw. wo mussten Sie neu denken?

Alexander Birken: Wir haben vor dreieinhalb Jahren einen Kulturwandel 4.0 ausgerufen, den wohl größten Change-Prozess in der Historie der Otto Group. Spätestens zu diesem Zeitpunkt hatten wir erkannt, dass viele bestehende Businessmodelle in Zukunft nicht mehr erfolgreich sein würden, dass wir nahezu alles neu denken müssen. Die Digitale Transformation hat disruptive Folgen – und der Einzelhandel ist eine der ersten Branchen gewesen, die davon erfasst wurden. Wir haben uns damals eingestehen müssen, dass wir nicht schnell, nicht agil, nicht flexibel, nicht vernetzt genug sind. Wir haben das Potenzial der Otto Group schlicht nicht gehoben. Das gelingt uns seit dem Start des Kulturwandels 4.0 viel, viel besser.

Was waren die größten Herausforderungen dabei?

Alexander Birken: Das eigene Verhalten zu ändern, ist nie bequem. Eine noch größere Herausforderung ist es, die eigene Haltung zu reflektieren und neu auszurichten. Wir mussten es also schaffen, dass unsere Kolleginnen und Kollegen den Kulturwandel 4.0 nicht als Zumutung, sondern als Chance begreifen – besser noch als *Conditio-sine-qua-non*-Formel, ohne deren Einhaltung wir zukünftig nicht mehr nachhaltig erfolgreich sein können. Dafür galt und gilt es, Silo- und Hierarchiedenken zu überwinden, Innovationen zu fördern, Bürokratie abzubauen. Das ist anstrengend – für einige mehr, für andere weniger. Inzwischen haben aber die allermeisten erkannt, dass digitale Transformation ohne Kulturwandel schlicht nicht möglich ist.

Wird der Innovationsdruck zukünftig weiter zunehmen und wenn ja, wie reagieren Sie darauf?

Alexander Birken: Ganz sicher. Zunächst einmal: Die Entwicklungen im Rahmen der Digitalisierung verlaufen bekanntlich exponentiell, der Mensch denkt jedoch von Natur aus linear. Wir müssen uns also umstellen. Gleichzeitig müssen wir viel schneller innovieren und erkennen, was nur kurzfristiger Hype und was langfristiger Trend ist. Mit dem Kulturwandel 4.0 haben wir ein gutes Fundament gelegt, um die Chancen der Digitalisierung zu ergreifen. Stillstand wäre jedenfalls tödlich.



Alexander Birken,
Vorstandsvorsitzender Otto Group



„Brockhaus-Denken“ war gestern – Warum Design-Thinking Innovationen fördert

Technischer Fortschritt, Digitalisierung und Innovationsdruck: Komplexe Wechselwirkungen sorgen dafür, dass sich Gesellschaft und insbesondere Unternehmen permanent neu erfinden müssen, um auch in Zukunft erfolgreich sein zu können. Prof. Ulrich Weinberg (61), seit 2007 Direktor der School of Design Thinking am Hasso-Plattner-Institut der Universität Potsdam, weiß das schon lange und fordert deshalb zu radikal neuem Denken in Bildung und Wirtschaft auf. Sein Ansatz: Ich-Qualitäten und „Brockhaus-Denken“ waren gestern, in Zukunft kommt es auf interdisziplinäre Teams sowie nutzerorientierte Lösungen an. Leichter gesagt als umgesetzt – gerade in Traditionsunternehmen. Doch die gute Nachricht ist, dass man neues Denken lernen kann.

AGILE
LERN- UND
ARBEITS-
KULTUR

„Die größte Herausforderung liegt darin, die eigenen antrainierten Grenzen im Denken zu überwinden“, sagt Prof. Ulrich Weinberg und ergänzt: „Wir müssen lernen, vernetzt zu denken und über Fachbereiche und Abteilungen hinweg zusammenzuarbeiten.“ Der Professor für Computeranimation und das Hasso-Plattner-Institut gehen mit gutem Beispiel voran. Hier lernen Studierende aus verschiedensten Fachbereichen, in diversen Teams zusammenzuarbeiten. Und zwar mit- statt gegeneinander. Denn erst durch Kollaborationsfähigkeit ergeben sich laut Prof. Weinberg völlig neue Perspektiven. An der School of Design Thinking des Hasso-Plattner-Instituts gibt es deshalb auch keine Einzelbewertung mehr.

Doch was ist Design Thinking überhaupt? Prof. Ulrich Weinberg hat die Antwort sofort parat: „Design Thinking ist ein Ansatz, bei dem es im Kern um die Entwicklung einer agilen Lern- und Arbeitskultur geht. Dabei stehen die Nutzerwünsche und -bedürfnisse sowie nutzerorientiertes Erfinden von innovativen Lösungen im Zentrum.“ Design Thinking umfasst drei Kernelemente, die alle mit der gleichen Relevanz behandelt werden: Kollaboration, sich wiederholende Prozesse und flexible Arbeitsumgebungen. Um diesen Elementen gerecht zu werden, fordert Weinberg einen Kulturwandel in den Unternehmen – weg von geschlossenen Einzelbüros hin zu offenen, flexiblen

Räumen und veränderbaren Arbeitsumgebungen. Denn erst dadurch werde die Zusammenarbeit gefördert, was wiederum entscheidend für innovative Ergebnisse sei.

„Am Hasso-Plattner-Institut schaffen wir Experimentierräume, in denen sich unsere Studierenden kreativ entfalten und ausprobieren können. Die richtige Umgebung und das richtige Arbeitsmaterial fördern dabei die kreative Ideenfindung“, erklärt Prof. Weinberg. Er bietet am Potsdamer Hasso-Plattner-Institut den europaweit einzigartigen Zusatzstudiengang im Design Thinking an und vermittelt Studierenden die Fähigkeit, in multidisziplinären Teams vernetzt zu arbeiten und benutzerfreundliche Produkte und Dienstleistungen für alle Lebensbereiche zu entwickeln. Ganz nach

INFO



Prof. Ulrich Weinberg

gilt als der deutsche Vordenker im Network Thinking, ist Vernetzer von Denk- und Arbeitskulturen, und begleitet Unternehmen und Organisationen auf der ganzen Welt in digitalen Transformationsprozessen. Er absolvierte ein Grafik- und Maleriestudium an den Kunstakademien in München und Berlin und war im Anschluss daran im Bereich Fernseh-Grafik-Design bei öffentlichen und privaten Produktionshäusern tätig. Nach 25 Jahren innovativen Wirkens im Film- und 3D-Bereich, davon 13 Jahre als Professor an der Filmhochschule in Babelsberg, wurde Prof. Ulrich Weinberg 2007 Direktor der School of Design Thinking am Hasso-Plattner-Institut der Universität Potsdam.



dem Vorbild der „d.school“ an der Stanford University in Kalifornien, die ebenfalls von SAP-Gründer Hasso Plattner aufgebaut wurde und mit den Kolleginnen und Kollegen in Potsdam sehr eng zusammenarbeitet.

Prof. Ulrich Weinberg ist ein großer Verfechter der Design-Thinking-Methode: „Für mich ist sie der weiteste, ganzheitliche Ansatz mit dem Blick auf Denk- und Arbeitsprozesse sowie dem Bewusstmachen der momentanen Arbeits- und Organisationskultur.“ Ein Allheilmittel, um die täglichen Probleme in kleinen und mittleren Unternehmen lösen zu können, sei Design Thinking aber nicht. Vielmehr können sich mit diesem Ansatz Potentiale freisetzen lassen, um Prozesse neu zu denken und innovative Produkte zu entwickeln. Unter einer Voraussetzung: „Dabei ist die Unterstützung durch die Geschäftsführung von großer Bedeutung. Sie muss dafür sorgen, dass geschützte Räume entstehen, in denen die Beschäftigten den neuen Modus ausprobieren können“, erklärt Prof. Weinberg, der laut Handelsblatt zu den 100 wichtigsten Innovatoren Deutschlands zählt.

Weinberg berät und begleitet Unternehmen seit vielen Jahren in digitalen Transformationsprozessen. Dabei hat der studierte Grafiker immer wieder festgestellt, dass es vielen traditionellen Unternehmen, ihren Führungskräften und Mitarbeitern gar nicht so leicht

fällt, sich von trennenden Strukturen und Hierarchien zu lösen. Er nennt das „Brockhaus-Denken“ und findet genau das nicht mehr zeitgemäß. Seine Prognose: „Die nach Abteilungen und Bereichen geordnete Struktur in vielen Unternehmen wird sich in Zukunft zugunsten eines vernetzten Gefüges mit fluiden Grenzen und Kompetenzbereichen auflösen.“

Für diesen radikalen Wandlungsprozess mit Hilfe von Design Thinking braucht es neben personellen und finanziellen Ressourcen viel Energie, Offenheit und Training bei allen Beteiligten. Dennoch könne die Unternehmenskultur auch schon mit kleinen Tricks verändert werden. „Wenn Sie Rollen an die Möbel schrauben und Wände beschreibbar machen, kann die Arbeit in einem Besprechungsraum zum Beispiel viel flexibler gestaltet werden“, erklärt der Institutsdirektor.

Als deutscher Vordenker von vernetztem Denken hat Prof. Ulrich Weinberg verschiedene agile Arbeitsmethoden untersucht und findet in Lean Start-up, Scrum, Kanban oder Agile verschiedene Elemente des Design Thinking wieder. Doch ganz gleich, mit welchem Ansatz Unternehmen den Herausforderungen der digitalen Transformation schließlich begegnen wollen: „Alle Methoden, die helfen, die alten, tradierten Denk- und Handlungsmuster aufzubrechen und vernetztes Denken und Handeln fördern, sind für Unternehmen hilfreich.“

NEUE IDEEN FÜR UNTERNEHMEN

MODERN
INNOVATIV
KREATIV

ZUKUNFT

FREIRAUM

NACHHALTIG

Zu Besuch bei design for human nature

Der Großmarkt in Hammerbrook gilt als das grüne Herz Hamburgs. Auf dem 27,3 Hektar großen Gelände werden jährlich 1,5 Millionen Tonnen Waren im Wert von 2 Milliarden Euro umgesetzt – vor allem Obst, Gemüse und Blumen. Seit einigen Jahren beherbergt der Großmarkt aber auch eine Kreativschmiede. Denn vor etwa vier Jahren hat sich Arne Schultchen mit seinem Studio design for human nature im Anbau des denkmalgeschützten Kontorhauses etabliert. Ein Glücksfall für ihn wie für seine 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Denn die von Tageslicht durchfluteten Räume bieten viel Platz für frische Ideen und zukunftsweisende Geschäftsmodelle, von denen große wie kleine Unternehmen profitieren.

Für die Deutsche See hat design for human nature mit der „Fischkiste“ zum Beispiel eine nachhaltige Transportbox entwickelt, die im Mehrwegsystem seit über zehn Jahren täglich die gesamte Lieferkette durchläuft. Das sorgt für eine deutliche Reduzierung des Verpackungsmaterials. Für die Hamburger Biermarke ASTRA hat Arne Schultchen das ikonische Logo – eine Verbindung aus Herz und Anker – entworfen, das identitätsstiftend für eine ganze Stadt ist und das sich Menschen mittlerweile sogar tätowieren lassen. Und mit HORST hat das Hamburger Kreativstudio ein modernes Baumarkt-konzept entwickelt, das erfolgreich urbane Großstädter anspricht. Was alle diese Projekte und Konzepte gemeinsam haben? Sie sind erfolgreich. Und sie wurden von Grund auf neu gedacht.



● Volker Tschirch, AGA-Hauptgeschäftsführer, und Arne Schultchen, Gründer und Geschäftsführer design for human nature: „Play and work smart.“

Der Weg ist das Ziel: Vertrauen, Risiko und ganz viel Austausch

Kreativität entsteht bei design for human nature vor allem durch Freiräume und den Austausch mit anderen. Deshalb ist „open innovation“ für Geschäftsführer und Gründer Arne Schultchen keine Phrase, sondern wird im altherwürdigen Kontorhaus am Großmarkt tagtäglich gelebt. „Wir bekommen einen Auftrag, und bereits in der Konzeptphase bilden wir Versuchsgruppen aus internen und externen Leuten. Wir stimulieren, probieren, beobachten und hören zu. Vieles wird verworfen und neue Ideen entstehen. „Es ist ein Entdecken“ beschreibt Schultchen den Arbeitsprozess. Ein Projekt beginnt meist im Kleinen. Der gegenseitige Austausch stimuliert alle am Prozess Beteiligten und setzt immer wieder neue Reize. So entwickelt sich das ursprüngliche Konzept stetig weiter, trotzdem bleibt das konkrete Ergebnis möglichst lange offen, bis es erfolgreich erprobt ist. Darauf muss sich der Auftraggeber natürlich einlassen und Vertrauen in die Arbeit von design for human nature setzen. „Wir werden für Innovation bezahlt, können den Kunden aber am Anfang noch nicht sagen, was am Ende unsere Entdeckung sein wird“, sagt Schultchen. Genau darin liegt die Chance, aber auch ein gewisses Risiko für den Auftraggeber.



Viel Platz, viel Licht und jede Menge Raum für frische Ideen

Kreativität braucht Raum. Das weiß Arne Schultchen und hat deshalb zusammen mit seinen Kolleginnen und Kollegen den denkmalgeschützten Flachbau am Hamburger Großmarkt in eine kreative Spielwiese umgebaut. Hinter schweren Mahagonitüren verbergen sich offene Büros, ein Hochsitz, freundliche Lounges und eine Terrasse mit einem kleinen Garten. Alles selbst gebaut, denn die Menschen bei design for human nature sind Praktiker – und handwerklich begabt. Eine riesiges Regal mit gemütlicher Sitzzecke bietet Platz für zahlreiche Bücher aus den Themenbereichen Kunst, Architektur, Naturwissenschaft, Fotografie oder Glücksforschung. Es ist der Lieblingsplatz von Arne Schultchen, der die Literatur ganz bewusst ungeordnet ins Regal stellt. „Durch assoziatives Suchen findet man Beziehungen zwischen Themen und entdeckt so immer wieder Neues“, erklärt der Unternehmensgründer.

Alter Auktionssaal ist jetzt eine kreative Spielwiese

Von der Lesecke sind es nur wenige Schritte in die Werkstatt, in der die kreativen Köpfe von design for human nature ihre Ideen praktisch umsetzen können. Hier werden Materialien getestet, es laufen die 3D-Drucker, der Laser-Schneider und es werden kleine und große Muster aus allen erdenklichen Materialien angefertigt, die dann im ehemaligen Auktionssaal des Großmarktes aufgebaut werden. Die überdimensionale Spielwiese mit einem Basketballkorb ist das Herzstück des Unternehmens. Dort hin werden die Auftraggeber und Gäste eingeladen, damit sie die neu entwickelten Dinge und Ideen direkt ausprobieren und in einem der drei verglasten Projekträume überdenken können. „Durch das gemeinsame Erleben entsteht eine ganz andere Aufmerksamkeit“, erklärt Arne Schultchen.

Lernen durch das Spiel – und von der Natur

Getreu dem Motto von Albert Einstein „Play is the highest form of research“ kommen die kreativen Köpfe von design for human nature fast immer spielend zum Ergebnis. Sowohl digital als auch analog. Auch wenn es auf den ersten Blick nicht immer wirtschaftlich erscheint, liegt in dieser Offenheit des Prozesses der Erfolg. Schließlich geht es bei jedem Projekt um Innovation – gleichzeitig aber auch um Nachhaltigkeit und vor allem Funktionalität. „Wir denken niemals statisch, unsere Produkte sollen sich verwandeln können. Und sie sollen universell einsetzbar sein“, sagt Schultchen.

DER UNSICHTBARE QR-CODE



Der edding code: Intelligente Tinte für eine digitale Welt

Wie können Produkte des täglichen Bedarfs ganz einfach mit der digitalen Welt verbunden werden? Diese Frage hat sich der börsennotierte Filzmarker-Hersteller edding aus Ahrensburg gestellt – und zusammen mit dem Chemnitzer Start-up Prismade eine faszinierende, neuartige und sehr nachhaltige Lösung mit dem Namen „edding code“ entwickelt.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Denn bei den Kunden sorgt der unsichtbare QR-Code aufgrund der neuartigen Handhabung für einen echten Wow-Effekt und für das 1960 gegründete Familienunternehmen edding erschließt die innovative Technologie indes völlig neue Geschäftsfelder in der digitalen Welt. Mit dem Mut zu neuem Denken und einer hohen Aufgeschlossenheit gegenüber digitalen Technologien rüstet sich edding mit der intelligenten Tinte für die Zukunft.

Und so funktioniert der „edding code“: Die unsichtbare, aber leitfähige Tinte wird in einer bestimmten Codierung als Muster auf Papier- und Plastikkarten gedruckt, die dann auf ein Smartphone gelegt und erst durch eine Handbewegung aktiviert wird. Nach der Aktivierung gelangt der Anwender schließlich über eine intelligente und lernfähige Decodier-Software zum digitalen Content. „Unsere Technologie bedient ein ganz anderes Feld als zum Beispiel

Barcodes, QR-Codes oder NFC-Chips“, erläutert Dr. Eva Schuckmann, Head of Product „edding code“ bei der edding Tech Solutions GmbH, einer hundertprozentigen Tochter der edding AG.

Der „edding code“ ist ein physischer Schlüssel, der unbedingt benötigt wird, um die Inhalte über das Smartphone freizuschalten. Damit ist die Technologie zu annähernd 100 Prozent sicher und kann deshalb in Zukunft zum Beispiel zur Dokumentenverifizierung oder zum Besitznachweis eingesetzt werden. Die ersten Produkte mit dem „edding code“ wurden bereits entwickelt: So können zum Beispiel Pkw- oder Lkw-Flottenmanager mit der neuartigen Technologie wesentlich zeitsparender überprüfen, ob alle Fahrer einen gültigen Führerschein besitzen. Dabei bekommen die Fahrer einen Hinweis auf ihr Smartphone, sie können sich dann über die Karte mit dem „edding code“ sowie einer einfachen Wischbewegung sofort verifizieren. „Das befähigt jeden User immer und überall zu solchen Prüfungen und spart sowohl dem Verifizierer als auch dem Dokumenteninhaber viel Zeit“, erläutert Dr. Eva Schuckmann. Das Betrugsrisiko wird mit dem „edding code“ ebenfalls auf ein Minimum reduziert. Denn bei jedem Manipulationsversuch wird der unsichtbare Klebefilm zerstört und kann dann keine Informationen mehr weitergeben.

Der „edding code“ ist voll funktions- und einsatzfähig. Derzeit sind die Verantwortlichen bei Prismade in Chemnitz und bei edding in Ahrensburg vor allem damit beschäftigt, die Einsatzmöglichkeiten komplett auszuloten. Es gibt bereits Unternehmen, die den „edding code“ auch für interaktives Marketing und Promotion-Zwecke einsetzen wollen. Denn über die innovative, spielerische Technologie entsteht eine außergewöhnliche User Experience und somit eine ganz neue Interaktion zwischen Kunde und Marke. Eine Produktverpackung kann zum Beispiel in Verbindung mit dem Smartphone nachhaltigen Eindruck beim Endverbraucher hinterlassen. „Uns ist allerdings wichtig, dass der ‚edding code‘ die Kunden nicht auf irrelevante Inhalte leitet, sondern als sicherer Schlüssel zu Content mit Mehrwert weiterleitet“, erläutert Dr. Schuckmann.

Ein weiterer Pluspunkt der intelligenten edding-Tinte: Sie ist nachhaltig und kann – sofern sie auf Papier gedruckt wird – ganz normal über den Papiermüll recycelt werden. Elektroschrott fällt mit dieser Lösung also nicht an. „Damit können wir uns zusätzlich von anderen digitalen Technologien abheben“, so Dr. Schuckmann. Ein weiterer Meilenstein könnte sein,



● Per Ledermann, Vorstandsvorsitzender der edding AG, ist mit seinem Unternehmen schon seit 1967 Mitglied im AGA Unternehmensverband.

die intelligente Tinte irgendwann auch über die klassische edding-Form – als Stift oder Marker – aufzutragen. Das hätte den Charme, dass so die Brücke vom klassischen Geschäftsfeld in die digitale Zukunft geschlagen werden könnte. Über diesen Schritt wird im Future Lab bereits nachgedacht. „Aber zum jetzigen Zeitpunkt ist das noch Zukunftsmusik“, sagt Dr. Eva Schuckmann.



Der beste Nachwuchs kommt aus den eigenen Reihen!

Entscheiden Sie sich für die Zusammenarbeit mit einer der größten **privaten Hochschulen** mit Präsenzlehre in Deutschland:

- Duale Bachelorstudiengänge
- Berufsbegleitende Masterstudiengänge
- Zertifikats- und Special-Topic-Kurse
- Berufsbegleitendes Promotionsprogramm



www.nordakademie.de





Grundgesetz neu gedacht: Da ist Wurm drin

23.000 Wörter, 146 Artikel, eine Verfassung: Das Grundgesetz gilt seit dem 23. Mai 1949 für die Bundesrepublik Deutschland. Und es ist aktueller denn je. Der Hamburger Journalist Oliver Wurm hat dem über 70 Jahre alten Text, der am 8. Mai 1949 durch das Plenum des Parlamentarischen Rates mit 53 gegen 12 Stimmen verabschiedet wurde, gemeinsam mit dem Grafiker Andreas Volleritsch ein neues Outfit verpasst. Indem er aus dem oft sperrig daherkommenden Grundgesetz ein zeitgemäßes Magazin für den Kiosk machte. Das Heft wird aufgrund seiner ausgezeichneten grafischen Aufmachung von Politik und Medien in den höchsten Tönen gelobt. Es wurde bereits über 300.000 Mal gedruckt – und die Nachfrage reißt nicht ab. „Das Grundgesetz als Magazin“ ist nur ein Beweis dafür, dass es Oliver Wurm immer wieder gelingt, neu zu denken.

„Ich befürchte, dass ich wohl nie mehr etwas Relevanteres veröffentlichen werde als das Grundgesetz-Magazin. Aber das ist ja auch nicht schlimm“, sagt der

gelernte Sportjournalist. Die Idee zum Projekt entstand dabei eher zufällig: Wurm verfolgte eine Talkshow, in der Ranga Yogeshwar zu Gast war und urplötzlich eine Lobeshymne auf das Grundgesetz hielt. „Die Verfassung ist die Nation“, sagte der Wissenschaftsjournalist. „Jeder sollte sie einmal lesen.“ Wurm bestellte sich spontan bei der Zentrale für Politische Bildung ein Gratis-Exemplar nach Hause – und war schon nach wenigen Seiten von der Wucht und Schönheit der Sätze, insbesondere von der Klarheit der 19 Grundrechte, fasziniert. Allein die grafische Aufmachung hielt der Schönheit der Inhalte nicht stand. Gemeinsam mit dem Designer Andreas Volleritsch, mit dem er bereits 2011 das Neue Testament in Magazinform veröffentlichte, entwickelte Wurm in über 300 Arbeitsstunden ein zeitgemäßes, gut lesbares Layout. Zur Bebilderung der Aufmacherseiten fragte er bei der Europäischen Weltraumorganisation (ESA) die spektakulären Fotos an, die der Astronaut Alexander Gerst von der ISS aus von Deutschland und Europa gemacht hat. „Der Blick von ganz oben verleiht dem Magazin eine spannende Meta-Ebene“, erklärt Wurm.

Ohne Verlag, Sponsoren oder finanzielle Mittel im Rücken bewies Oliver Wurm großen unternehmerischen Mut. Er entwickelte ein kreatives Konzept, um die Druck- und Produktionskosten in sechsstelliger Höhe auf möglichst viele Schultern zu verteilen. Die simple und zugleich symbolkräftige Idee: Pro Druckauflage haben 70 Unternehmen – vom Start-up über den Mittelstand bis zum Dax-Konzern – die Chance, mit dem eigenen Firmenlogo an der „Unterstützerwand“ im Magazin dabei zu sein. Exakt 70, wegen 70 Jahre Grundgesetz. Und auch der Preis ist symbolisch gewählt: 1.949 Euro pro Partner, angelegt an das Jahr des Inkrafttretens der Verfassung. „Ich habe vor dem ersten Druck von morgens bis abends telefoniert und dabei ganz bewusst nicht nur Unternehmer aus meinem eigenen Netzwerk angefragt“, erinnert sich der 49-Jährige an die ersten Wochen der Akquise. Ein Kraftakt – aber zugleich die bestmögliche Startrampe für das „GG-Magazin“. Mit der Unterstützung von 70 Marken und Unternehmen im Rücken konnte Wurm zum Start 100.000 Hefte in bester Papier- und Druckqualität finanzieren. Die Resonanz nach Kioskstart war durchweg positiv. Egal, ob in den Medien, seitens der Leserinnen und Leser oder aus Kreisen der Wirtschaft und der Politik. Wolfgang Kubicki, Vizepräsident des Deutschen Bundestages, gratulierte den Machern sogar in einem persönlichen Brief zu der „anregenden und impulsgebenden Lektüre“.

Auf seinem Erfolg ausruhen möchte sich Wurm aber keineswegs. „Ich bin über die Arbeit an den Grundgesetzartikeln tatsächlich zum Verfassungspatriot geworden, halte derzeit viele Vorträge zu dem Projekt vor Unternehmern und an Schulen.“ Wurm, der sich mit unermüdlicher Arbeit bei Twitter bereits über 35.000 Follower aufgebaut hat, möchte das Grundgesetz auch noch stärker in die Sozialen Medien tragen – zum 70. Jahrestag überraschte er im Netz mit einer Instagram-Novel, weitere Ideen sind in Planung. Die Digitalisierung hat auch die Arbeit von Wurm verändert, das Netz vieles beschleunigt. Dieser Entwicklung muss und will er sich stellen – analoge Print-Produkte aber spielen in seinem Portfolio schon immer eine wichtige Rolle. So entstand unter Wurms Regie rund um die Heim-Fußball-WM 2006 das preisgekrönte Hochglanz-Magazin „Player“, seit 2009 bringt er mit der Juststickit GbR Panini-Sammelalben für Städte und Bundesländer heraus, 2011 folgte die Bibel als Magazin und ganz aktuell begeistert „20.20“ Sport-Deutschland – die erste Ausgabe einer Magazin-Trilogie zu den Olympischen Spielen in Tokio.

Fußball, Bibel, Klebebildchen, Olympia, Grundgesetz: Bei jedem dieser Projekte hat Wurm eine bereits existierende Idee vollkommen neu gedacht und fest an deren Erfolg geglaubt, obwohl das finanzielle Risiko und der damit einhergehende Druck jedes Mal immens waren. Oft aber ist es genau dieser Druck, der Wurm dazu ermutigt, neue Wege zu gehen. Anders ausgedrückt: „Unter Druck entstehen Diamanten.“

Für sein erstes Fußball-Magazin kündigte er 2005 spontan seinen sicheren Redakteursjob. Für den Start der Magazin-Reihe „Fußballgold“ im Jahr 2013 konnte er zunächst keine klassischen Werbeanzeigen generieren – das hielt ihn jedoch nicht davon ab, auch dieses Projekt umzusetzen. In einer Art Firmen-Crowdfunding gewann Wurm Unterstützer – vom großen Dax-Konzern bis zur kleinen Werbeagentur – die ihm Hefte im größeren Stil abkauften. Bei den Panini-Alben steckt er neben den Promis und Legenden einer Stadt auch die Arbeitgeber und Marken der Region mit eigenen Motiven in die Sammelbüchlein. Die zahlen für die kreative Einbindung gerne. Branded content at it's best! „Man kann komplexe Ideen nie vom Ende her denken“, sagt Wurm, „ich versuche immer nur, den nächsten Schritt zu gehen. Und aus den kleinen und großen Steinen, die einem in den Weg gelegt werden, kann man ja auch etwas Schönes bauen.“



GROSS
DENKEN,
GROSS
WERDEN

INFO

Für alle Mitglieder der Verbändeallianz Nord | Mitte | Ost hat Oliver Wurm ein ganz besonderes Angebot: Wer als Partner der nächsten Druckauflage (50.000 Magazine) mit dabei sein möchte, erhält neben dem eigenen Logo an der Unterstützerwand zusätzlich 300 Grundgesetz-Hefte für Mitarbeiter, Kunden und Freunde. Das Engagement kostet einmalig 1.949 Euro – mit dem Hinweis „Mitglied in der Verbändeallianz“ erhält jedes Unternehmen im Gegenzug Hefte im Verkaufswert von 3.000 Euro (VK-Preis pro Heft am Kiosk: 10 Euro). Wer über seine 300 GG-Hefte hinaus weitere Exemplare möchte, erhält diese zum Partnerpreis von 5 Euro. Ihr Ansprechpartner ist Christian Buchholz: christian.buchholz@aga.de

Dranbleiben! Ein Erfolgsfaktor gerät unter die Räder

Der digitale Wandel beschleunigt unser Leben derart, dass immer mehr Menschen ihre langfristigen Ziele aus den Augen verlieren – warnt **Joachim Pawlik**. Der Experte für Personalentwicklung erklärt, was wir dagegen tun können.

Herr Pawlik, um im digitalen Zeitalter auf Erfolgskurs zu bleiben, wollen wir alle immer schneller und beweglicher werden. Nun weisen Sie auf die Kehrseite dieser Entwicklung hin.

Joachim Pawlik: An Agilität führt kein Weg vorbei. Dennoch beobachten wir alarmierende Begleiterscheinungen. Einige Menschen verschanzen sich dahinter. Wenn eine Aufgabe schwierig wird, wenden sie sich einer anderen, vermeintlich dringlicheren oder vielversprechenderen zu. Das ist nicht agil, da fehlt ganz einfach der Grit.

Was bedeutet das?

Joachim Pawlik: Grit ist ein von der US-Psychologin Angela Duckworth geprägter Begriff, der die Ausdauer und Entschlossenheit umfasst, mit denen wir langfristige Ziele verfolgen. Das heißt, aus Niederlagen lernen und besser werden, anstatt Widerständen auszuweichen. Führungskräfte sollten daher eine starke Feedback- und Lernkultur etablieren. Das ist eine Antwort auf die Gefahr einer wachsenden Sprunghaftigkeit, die uns unseren Zielen nicht näherbringt.

Sehen Sie weitere Probleme?

Joachim Pawlik: Besorgniserregend ist, in welchem Maß wir uns ablenken und von kurzfristigen Anforderungen stressen lassen. Immer häufiger kommen mehrere Aufgaben gleichzeitig auf uns zu. Der Stressreport der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin hat bereits 2012 gewarnt, dass jede dritte Führungskraft unter häufigen Unterbrechungen und starkem Druck auch gerade durch die steigenden Parallelbelastungen leidet. Weil wir die Aufgaben schnell vom Tisch kriegen wollen, gehen wir sie parallel an. Doch unser Hirn ist gar nicht dazu in der Lage, zwei aufmerksamsintensive Arbeiten simultan zu bewältigen. So steigen die Fehlerquoten und der Stress.

Was schlagen Sie vor?

Zunächst einmal nicht jede Nachricht sofort zu lesen, bei der Arbeit mal für ein paar Stunden die Tür zu schließen und das Telefon auf lautlos zu schalten.

Erreichbarkeit und kurze Reaktionszeiten gehören aber doch zur digitalen Welt. Müssen wir uns nicht darauf einstellen?

Joachim Pawlik: Nein. Die Neurowissenschaft spricht hier eine sehr klare Sprache. Für immer mehr Menschen wird das Smartphone zur Sucht. Denn mit jedem Pling schüttet unser Gehirn in Erwartung einer positiven Botschaft das Glückshormon Dopamin aus. Wir wollen mehr davon und suchen nach Ablenkung – bis wir verlernen, uns zu konzentrieren und komplexe Aufgaben nicht mehr bewältigen können.

Kommt die jüngere Generation besser damit zurecht?

Joachim Pawlik: Im Gegenteil. Professoren klagen, dass sie im Hörsaal ständig für Bespaßung sorgen müssen, weil die Aufmerksamkeitsspanne ihrer Studenten nach 20 Minuten erschöpft ist und viele in die sozialen Medien abdriften. Thomas Metzinger, Philosophie-Professor an der Uni Mainz, forscht seit Jahren zu dem Phänomen des „Mind Wandering“. Während wir uns konzentrieren möchten, brechen Gedanken an Situationen auf, die mit dem, was wir gerade machen, nichts zu tun haben. Die einmal geschwächte Konzentrationsfähigkeit macht uns immer anfälliger für geistiges Abschweifen. Wir entkoppeln uns vom Hier und Jetzt. Etwa jeder Zehnte leidet bereits an Prokrastination, einem krankhaften Aufschieben.

NACH-
GEFRAGT

INFO



Joachim Pawlik

ist Vorsitzender der Geschäftsführung der Pawlik Consultants GmbH. Er betreut vor allem nationale und internationale Projekte bei der Umsetzung von Veränderungsprozessen, coacht Top-Manager und ist darüber hinaus ein gefragter Speaker zu den Themen Leadership und HR.

www.pawlikcongress.de



BLEIB DRAN

Der AGA Unternehmensverband ist Partner der ersten Stunde des Pawlik Congresses.

Wie kommen wir aus dieser Abwärtsspirale heraus?

Joachim Pawlik: Wir sollten uns unsere Ziele bewusst machen: Was wollen wir wirklich erreichen? Ein Fahrplan mit Zwischenzielen motiviert dranzubleiben. Wer im Sinne von Grit vor Augen hat, wohin er will, verzettelt sich weniger und bleibt auf der Spur.

Nicht jeder kann aber einen Marathon durchhalten.

Joachim Pawlik: Durchhaltevermögen lässt sich beeinflussen. Stanford-Professorin Carol Dweck hat

nachgewiesen, dass es stark davon abhängt, wie sehr wir an unsere Fähigkeiten glauben. Wer meint, dass sie von vornherein limitiert sind, gibt bei Widerständen vorschnell auf. Menschen mit dynamischem Mindset dagegen sind überzeugt, dass wir über ausreichend Potenziale verfügen und dazulernen können. Klappt etwas nicht, suchen sie einen anderen Weg. Das Vertrauen in unsere Lernfähigkeit zu stärken, ist eine wesentliche Aufgabe, um in schnelllebigem Zeiten langfristige Ziele zu erreichen.



In demselben Land, in derselben Stadt oder auch in derselben Firma leben und arbeiten Menschen zusammen und bewegen sich dennoch in ganz unterschiedlichen digitalen Realitäten. Das ist für jedes Unternehmen, egal ob groß oder klein, eine große Herausforderung. Sie müssen sich fragen, wo und wie sie ihre Kunden überhaupt noch erreichen.“

Volker Martens, Initiator der NEXT, im Interview mit dem AGA/INW magazin

The Learning Economy: Die erste AGA-Session auf der NEXT Conference

Auf der AGA-Session im Rahmen der NEXT19 ging es um die Frage, wie sich Lernen schon verändert hat und wie es sich zukünftig weiterentwickeln wird. Aber auch darum, welche Bereicherungen digitales Lernen gerade kleinen und mittelständischen Unternehmen bietet.

Gleich zu Beginn der Session „The Learning Economy“ stellte Dennis Formann, Vice President der Bertelsmann University, eine apokalyptische These auf. Auf die Frage, ob das Bildungswesen liberalisiert werden müsse, antwortete er: „Wissen ist jetzt überall verfügbar, deshalb ist es nichts mehr wert. Das Bildungssystem ist tot.“ Seine Schlussfolgerung: „Es muss sich etwas ändern.“

„Richtig eingesetzt, bietet die Digitalisierung des Lernens eine große Bereicherung für kleine und große Unternehmen“, knüpfte AGA-Geschäftsführerin Julie Christiani an. Die Förderung von situativem Wissenserwerb und tiefgehendem digitalen Lernen führe schnell zu mehr Wissen in der Belegschaft. Damit griff sie das Thema der Konferenz auf, die sich mit Parallelwelten befasste. Die Tatsache, dass weltweit über Nano- oder Microdegrees bereits heute Hunderttausende von Menschen komplexe Fertigkeiten lernen, zeige auf, dass einerseits Vorratswissen und eingetretene Pfade allein nicht der Weg der Zukunft sind, und andererseits Unternehmen hiervon stark profitieren können. Denn so ließen sich auch schlummernde Talente finden und Anpassungen an Entwicklungen meistern.

Der AGA ist langjähriger Event und Session Partner der NEXT.
www.aga.de/next

Creative Evangelist Jeremy Tai Abbett griff dies auf: „Das Verlassen der Komfortzone ist Teil des Lernens.“ Für ihn ist klar: „Wir befinden uns an einem Wendepunkt der Geschichte.“ Dabei sei zu beachten: „Im Moment ist es der schlechteste Zeitpunkt, um zu alten Gewohnheiten zurückzukehren.“

In der Diskussion mit dem Publikum vertieften die Speaker insbesondere die User Experience und das Community Management von intensivem digitalen Lernen am Beispiel Udacity und wie Unternehmen die daraus resultierende Selbstmotivation sowie das Selbstbewusstsein in ihre Kultur integrieren können.

2019 gestaltete der AGA zum ersten Mal gemeinsam mit dem NEXT-Team eine eigene Session auf der NEXT. Moderationsprofi Jeremy Tai Abbett, führte durch die Session. Zeitgleich launchte der Unternehmensverband gemeinsam mit seinem Bildungswerk INW das bildungswerk.digital, das digitales Lernen gerade für kleine und mittlere Unternehmen einfach verfügbar macht. Mehr dazu ab S. 41.

INFO

Unter dem Motto „Parallelwelten“ betrachtete die NEXT19 Digitalisierung in fünf Dimensionen. Über 1.500 digitale Entscheider, Vordenker und Kreative diskutierten am 19. und 20. September 2019 über Trends, neue Technologien und deren Auswirkungen auf menschliches Verhalten sowie die Strategien von Unternehmen.

Die NEXT20 findet am 17./18. September 2020 statt.

Für Unternehmen, die nicht schnacken, sondern

h a n d e L N.

45,1 Millionen Mitarbeiter in Handel & Dienstleistungen
Unternehmensinsolvenzen -3,7 Prozent
1.318 Milliarden Euro Exporte
1.090 Milliarden Euro Importe
-0,25 Prozent Bruttoinlandsprodukt durch den Brexit

Prof. Gabriel Felbermayr: Norddeutschland ist abgehängt



Im Sommer 2019 muss Deutschland umdenken. Nach dem großen Crash 2009 lief die Wirtschaft wie eine gut geschmierte Maschine. Die Arbeitslosenzahlen sanken rapide, die Wirtschaft florierte und kaum jemand kannte den Begriff Rezession noch. Doch Anfang des Jahres zogen die ersten dunklen Wolken am Horizont auf, der Optimismus sank, die Zahlen auch. Wie die Lage wirklich ist und wie man sich auf die Zukunft vorbereiten sollte, darüber hat der AGA mit Prof. Gabriel Felbermayr, Präsident des Kieler Instituts für Weltwirtschaft, gesprochen.

Der AGA-Wirtschaftstest signalisiert seit längerem, dass unsere Mitglieder nicht mehr so positiv in die Zukunft schauen. Herr Prof. Felbermayr, wie schätzen Sie die Situation ein?

Prof. Gabriel Felbermayr: Nach den jüngsten Daten hat die Konjunktur bereits Anfang 2018 den Wendepunkt überschritten, sodass die deutsche Wirtschaft nun seit mehr als einem Jahr im Abschwung ist, der vor allem die Industrie betrifft. Gleichzeitig haben wir einen recht robusten Dienstleistungssektor und einen überhitzenden Bausektor. Das ist bemerkenswert. Denn meist laufen die einzelnen Branchen parallel in ihrer Entwicklung. Das ist diesmal anders, und damit tun wir uns ein bisschen schwer. Die Industrie ist für Deutschland ein zentraler Faktor in der ökonomischen Wertschöpfung. Langsam merken wir, dass die industrielle Rezession auch Bremseffekte in den anderen Branchen verursacht. Gesamtwirtschaftlich sehen wir noch keine ernsthafte Rezession mit starken negativen Wachstumsraten. Wir sollten übrigens das R-Wort auch nicht zu wichtig nehmen. Entscheidender ist, dass wir die Trendwachstumsrate in Deutschland nicht weiter abrutschen lassen, denn diese ist in den letzten Jahren deutlich gesunken und sinkt weiter. Das hat viele Gründe: Fehlende Reformen, die Demografie, wir haben in diesem Land innerhalb der OECD die zweithöchsten Strompreise und anderes mehr. Es hat seit Gerhard Schröder keine wirklich tiefgreifenden Reformen mehr gegeben, die das wirtschaftliche Potenzial Deutschland stärken – sei es am Arbeitsmarkt oder in der Besteuerung. Und es gibt eine Phalanx, die im Zusammenhang mit dem Thema Umwelt gerne neue Steuern sehen würde, ohne vorher zu klären, wie sich das auf die Netto-Wettbe-

werbsfähigkeit auswirken wird. Ja, Klimaschutz ist wichtig, aber die Maßnahmen müssen ausgewogen sein.

Gibt es auch strukturelle Probleme in Deutschland?

Prof. Felbermayr: Massive. Das langfristige Problem ist die Demografie. Unternehmen finden kaum noch Fachkräfte, sie können ihre Ausbildungsstellen nicht besetzen, die Zahl der Schulabgänger wird geringer und das Durchschnittsalter in den Betrieben steigt. Das hat Folgen, denn die Innovationsfähigkeit leidet, wenn der Altersdurchschnitt der Bevölkerung steigt. Neue Technologien werden langsamer angenommen und umgesetzt, großen Veränderungen steht man skeptischer gegenüber. Das führt dazu, dass die Trendwachstumsrate in Deutschland sinkt. Wenn wir 2019 ein halbes Prozent BIP-Wachstum schaffen, dann ist das gut. Der Trend, der in den vergangenen Jahren bei rund 1,5 Prozent lag, geht Richtung ein Prozent zurück über die nächsten fünf, sechs Jahre. Wenn zu so einer Entwicklung ein Präsident Trump und ein Brexit hinzukommen, dann ist der Weg nicht weit bis zu einer leichten Rezession.

Wie beurteilen Sie die Lage in Norddeutschland?

Prof. Felbermayr: Norddeutschland ist leider in vielerlei Hinsicht wirtschaftlich abgehängt. Wir sollten nicht mehr nur über das Ost-West-Gefälle sprechen, mittlerweile müssen wir über ein Süd-Nord-Gefälle reden. Das folgt den Höhenmetern und hier ist es verdammt flach. Was mich umtreibt, ist weniger die Geografie: Denn 120 Kilometer von Kiel entfernt ist die dänische Grenze und jenseits der Grenze sind die Prokopf-Einkommen deutlich höher – bis zu 10.000 Euro. Wie kann das sein? Dort gibt es dieselbe Randlage, da gibt es eine ähnliche Kultur, da gibt es eine große deutsche Minderheit. Es muss also doch mit Regulierung, Bürokratie und der Umsetzung von Gesetzen zu tun haben. Norddeutschland hat in vielen Bereichen unter den globalen Verwerfungen zu leiden, wie zum Beispiel in der Hafenwirtschaft. Die gesamte Logistikbranche ist davon stark betroffen. Die demografische Situation ist im Norden klar schlechter als im Süden – abgesehen von Hamburg. Da hat der Süden einen klaren Vorteil, denn nach Bayern ziehen Menschen hin, anders als in die nördlichen Flächenstaaten. Absehbar wird hinzukommen,

NACH-
GEFRAGT

dass durch die EU-Budgetreformen der Norden verstärkt zur Kasse gebeten wird. Da muss die Politik aufpassen. Die Messe ist noch nicht gelesen, aber da könnte noch die eine oder andere unschöne Überraschung schlummern.

Die Digitalisierung begleitet die deutsche Wirtschaft seit einigen Jahren sehr intensiv. Wo sehen Sie dabei die größten Herausforderungen für kleine und mittlere Unternehmen?

Prof. Felbermayr: Der größte limitierende Faktor für die Unternehmen ist die Verfügbarkeit von IT-Spezialisten, die man zu vernünftigen Löhnen dauerhaft an das Unternehmen binden kann. Diesen Fachkräften steht die Welt offen, sie bekommen gerade von großen Unternehmen beste Konditionen angeboten. Da können die KMU nicht mithalten. Aus diesem Problem folgt alles andere: Die Geschwindigkeit der DSGVO-Umsetzung verläuft oft recht schleppend und die Betriebe sind langsam sind bei der Umsetzung neuer digitaler Geschäftsmodelle, dem Einsatz von Artificial Intelligence oder der Block Chain zur Abwicklung von Exportgeschäften.

Ist Deutschland in Sachen Digitalisierung weltweit wettbewerbsfähig?

Prof. Felbermayr: Nein, ist es nicht. Selbst in Europa liegen viele Länder noch deutlich vor Deutschland, wie beispielsweise Österreich. Hinter Ländern wie Singapur, Korea oder auch den USA liegen wir weit zurück. In Deutschland muss Bundesminister Altmaier das Thema Digitalisierung deutlich stärker in den Fokus rücken. Das hat er mittlerweile verstanden. Diesem Lippenbekenntnis müssen jetzt aber auch Taten folgen. Für ein Land wie Deutschland wird es immer unerträglicher, wenn es in weiten Teilen über kein leistungsfähiges Mobilfunknetz verfügt. Wir reden schon über 5G, aber heute kann es passieren, dass ein Mitarbeiter auf der Fahrt vom Lager in die fünf Kilometer entfernte Fabrik gar keinen Empfang hat. Das Problem muss dringend gelöst werden. Darüber hinaus haben wir ein Bildungsproblem. Große Teile der Lehrerschaft sind alt. Das ist nicht zwangsläufig ein Problem, aber zu oft können sie nicht neue digitale Methoden und Instrumente unterrichten, wenn sie sich diese nicht selbst angeeignet haben. Dazu kommen noch demografische Herausforderungen. Deswegen sind für mich die Themen, Bildung, Zuwanderung und Digitalisierung sehr eng miteinander verwoben. Qualifizierte Einwanderung ist eine Chance. Das müssen nicht alles Diplomingenieure sein. Es können auch Flüchtlinge aus Syrien sein, die gezielt auf die neuen Technologien ausgebildet werden. Wir benötigen junge Menschen mit einer Affinität zu neuen Technologien, und die werden zukünftig verstärkt aus dem Ausland kommen müssen.

Wie werden die Auswirkungen des Brexits auf Deutschland, speziell Norddeutschland, sein?

Prof. Felbermayr: Die sind schwer einzuschätzen. Wir wissen nicht, was ein harter Brexit ist. Wir würden natürlich gerne konstruktiv, mit rechtlichen Versicherungen auseinandergehen; mit einem Agreement, das den Status quo verlängert. Wenn wir das nicht erreichen, bekommen wir große Rechtsunsicherheit, aus der nichts Gutes entstehen kann. Aber wie schlecht es wird, hängt davon ab, wie auf beiden Seiten reagiert wird. Ein Beispiel: Durch einen harten Brexit müsste auf einmal WTO-Recht angewandt werden, weil Großbritannien nicht mehr dem Europarecht unterliegt. Aber selbst das ist nicht in Stein gemeißelt. Die Briten könnten unter bestimmten Rechtsvoraussetzungen sagen: Zölle erheben wir gar nicht – nicht auf Autos, nicht auf Lebensmittel. Wenn sie dennoch Zölle erheben, wird der Brexiteer im Supermarkt merken, dass seine Lebensmittel teurer werden. Das kann ihn nicht freuen. 50 Prozent des Kalorienbedarfs in Großbritannien werden durch EU-Importe gedeckt, wieso



● Prof. Gabriel Felbermayr spricht auf der AGA-Mitgliederversammlung im Januar 2020 in Hamburg.

sollten sie Zölle darauf erheben? Wieso sollten sie Lebensmittelinspektionen oder überhaupt technische Inspektionen für Güter machen, die jetzt nach denselben Standards in der EU wie auch in Großbritannien produziert werden? Sie können auf das Schikanieren der ausländischen Produzenten gut verzichten. Wenn die Briten diesen Schritt nutzen, um den eigenen Markt zu liberalisieren, dann sind die Kosten für sie und auch uns viel geringer.

Sie hoffen also auf den gesunden Menschenverstand, der in den vergangenen Monaten aber nicht immer zu sehen war ...

Prof. Felbermayr: Was hat die Briten denn zum Brexit getrieben? Das war vor allen Dingen die Personenfreizügigkeit. Da werden die Briten auch keine großen Zugeständnisse machen. Aber die Nostalgiker sind keine Freihandelsfeinde, gerade die Tories nicht und ihre klassischen Wähler ebenfalls nicht. Auch durch die EU verursacht, gibt es hohe Unsicherheiten im Fall eines harten Brexits, denn die Gemeinschaft möchte natürlich die Drohkulisse aufrechterhalten. Kein Politiker kann jetzt offiziell Kompromissbereitschaft signalisieren, um einen harten Brexit zu verhindern. Aber wenn wir darüber nachdenken, was ein harter Brexit bedeutet, dann muss man einen großen Willen zur Selbstverstümmelung haben, um das durchzuziehen.

Die Welt hat sich mit dem Amtsantritt von Donald Trump im Januar 2017 verändert. Der Präsident der Vereinigten Staaten kommuniziert via Twitter und stürzt dadurch Unternehmen in die Krise. Wie bewerten Sie die ökonomischen Veränderungen, die in den USA ihren Ursprung genommen haben, und was erwarten Sie für die Zukunft?

Prof. Felbermayr: Der größte Unterschied zu seinem Vorgänger Barack Obama ist, dass Donald Trump



Unsicherheit als strategische Waffe einsetzt. Die Frage ist ja nicht, ob Zölle auf Autos erhoben werden, sondern die Drohung allein, dass sie kommen könnten, ändert schon das strategische Verhalten der deutschen Automobilkonzerne. Die Konzerne müssen überlegen, ob sie in ein 25-Prozent-Zoll-Messer laufen wollen oder ob sie in den USA produzieren wollen und sich das Risiko sparen. Das kultiviert Trump auf diabolische Art und Weise. Unsicherheit zu produzieren, ist eine Verhandlungstaktik für jenen, der am längeren Hebel sitzt. Und das tun die Amerikaner. Das ist der genuine Trumpsche Politikstil. Wenn Europa einen Handelskrieg beginnt, dann haben die USA viel mehr Volumen, das sie mit Zöllen belegen können, als die Europäer. Man sieht an China, wohin das führt. Den Chinesen ist die Munition ausgegangen und Europa würde das gleiche Schicksal teilen, jedenfalls wenn der Handelskrieg im Güterhandel und mit Zöllen ausgetragen werden soll.



**Datenschutz, IT-Sicherheit und IT-Forensik:
Wir halten Sie auf Kurs.**

Seit vielen Jahren gehören wir zum **Beraternetzwerk der AGA** und unterstützen die Mitglieder praxisnah – mit Handlungsempfehlungen im Datenschutz, als externe Datenschutzbeauftragte, mit konkreten Maßnahmen zur IT-Sicherheit oder bei der Aufklärung von Computerstraftaten.

www.intersoft-consulting.de



Der Brexit im Jahr 2019: Es droht der ungeordnete Ausstieg

Das Brexit-Jahr 2019 war ein annus horribilis für die Europäische Staatengemeinschaft. Der Konflikt im britischen Unterhaus rund um den Austritt hat mittlerweile das Ansehen der Demokratie in Großbritannien beschädigt und die norddeutschen Händler sind genauso schlau wie Anfang des Jahres. Sie bereiten sich immer noch auf das Schlimmste vor – den unregelmäßigen Brexit.

Dass die Fronten im Unterhaus verhärtet sind, zeigte sich schon zu Beginn des Jahres, als die glücklose Premierministerin Theresa May gleich mehrere Abstimmungen verlor. Im Kern ging es immer wieder darum, dass May und später auch ihr Nachfolger Boris Johnson im Zweifelsfall einen EU-Ausstieg ohne Abkommen durchziehen wollten. Das Unterhaus lehnte das mehrfach ab. Knackpunkt war die Frage nach dem Backstopp, also der Garantie einer offenen Grenze zwischen dem EU-Staat Irland und dem britischen Nordirland.

Die Folge war die erste Verschiebung des offiziellen Brexits, der eigentlich für den 29. März 2019 vorgesehen war – obwohl die EU Zugeständnisse beim Backstopp gemacht hatte. Das neue Datum war der 12. April 2019. Aber auch diese kurze Gnadenfrist konnte an der Tatsache, dass die Befürworter und die Gegner eines unregelmäßigen Austritts sich unversöhnlich gegenüberstanden, nichts ändern. Mehrfach wurden alle Brexit-Varianten im Unterhaus abgelehnt. Als neuer Termin wurde danach der 31. Oktober 2019

für den Austritt festgelegt. Die sichtbarste Konsequenz des Fiascos war der Rücktritt von Premierministerin May im Mai, den sie für den 7. Juni 2019 angekündigt.

Mit Boris Johnson als neuen Premierminister verschärfte sich ab Juli 2019 der Ton. Der überzeugte Befürworter eines Brexits um jeden Preis schockte Europa mit drastischen Maßnahmen, um seine Ziele zu erreichen. Dazu gehörte auch, dass er das Parlament in eine Zwangspause schickte. Damit nahm er den Abgeordneten die Möglichkeit, rechtzeitig ein neues Abkommen zu prüfen oder eine alternative Lösung vorzuschlagen, um einen harten Brexit zu vermeiden. Die britische Opposition nahm das nicht hin und versuchte einen No-Deal-Brexit trotz der Zwangspause des Parlaments per Gesetz zu verhindern. Am liebsten möchte Boris Johnson Neuwahlen, da er gute Chancen sieht, aus diesen als Sieger hervorzugehen. Das sieht das Unterhaus ähnlich und schmetterte seinen Antrag auf Neuwahlen ab.

Fakt ist: Ende 2019 stehen die Chancen auf eine Einigung schlecht. Unterhaus und Premierminister stehen sich unversöhnlich gegenüber. Manch einer ist geneigt, sich mit einem ungeordneten Brexit anzufreunden, allein um das Theater zu beenden. AGA-Präsident Dr. Hans Fabian Kruse sieht diese Lösung als die schlechteste an: „Ein ungeordneter Brexit hätte für alle Händler negative Folgen. Die Lieferketten und Produktionsprozesse sind so miteinander verwoben, dass man sie nicht über Nacht verändern kann.“

Die Neue Seidenstraße: Chance oder Bedrohung?

ABSATZ- MÄRKTE



Von 100 v. Chr. bis ins 13. Jahrhundert n. Chr. gab es ein rund 6.400 Kilometer langes Netz von Karawanenstraßen, dessen Hauptroute den Mittelmeerraum auf dem Landweg über Zentralasien mit Ostasien verband. Es war die Route der Seide, die damals aber noch gar nicht so genannt wurde. Denn erst 1877 verwandte der deutsche Geograf Ferdinand von Richthofen erstmals den Begriff Seidenstraße. Schließlich wurde auf der Route in Richtung Westen hauptsächlich Seide gehandelt, gen Osten vor allem Wolle, Gold und Silber.

Die Route begann in Xi'an, folgte dem Verlauf der Chinesischen Mauer, passierte die Taklamakan-Wüste, überwand das Pamirgebirge und führte über Afghanistan in die Levante; von dort wurden die Handels-güter dann über das Mittelmeer verschifft.

Heute schickt sich die chinesische Regierung an, auf ähnlicher Route eine neue Seidenstraße zu etablieren. Doch die Motivation, die Strecke auszubauen, unterscheidet sich stark von jener der Antike. Denn eigentlich ist die Neue Seidenstraße nichts anderes als ein Investitionsprogramm, in dessen Rahmen neue Infrastrukturverbindungen zwischen Europa, Asien und

Afrika geschaffen werden. Hintergrund ist die rasante Entwicklung der chinesischen Wirtschaft, die sich von der Planwirtschaft über die schrittweise Einführung der Marktwirtschaft mit zentralistischen Merkmalen hin zu einem Turbokapitalismus veränderte. Jetzt kämpft das Reich der Mitte mit Überproduktion, gepaart mit einem ständig wachsenden Bedarf an Rohstoffen. Ergo: Neue Absatzmärkte müssen her. Die geschätzten Kosten liegen bei rund 1,2 Billionen Euro. Die Fertigstellung ist für 2049 – zum 100. Jahrestag der chinesischen Revolution – geplant.

Bei der Wahl der Mittel, um seine Ziele zu erreichen, ist China nicht gerade zimperlich. Da die Infrastrukturprojekte auf der Route meist sehr teuer sind und die Staatshaushalte gerade kleinere Länder oft überfordern, müssen diese in vielen Fällen chinesische Kredite in Anspruch nehmen. So wird befürchtet, dass auf diese Weise die Länder in eine finanzielle Abhängigkeit geraten. Das könnte China dazu nutzen, um sich wirtschaftliche, politische und geostrategische Vorteile zu sichern. Schon jetzt gibt es Beispiele für so ein Verhalten, empirisch nachweisbar ist es jedoch noch nicht.

Auch die erhofften positiven Beschäftigungseffekte in den Ländern an der Neuen Seidenstraße haben sich noch nicht erfüllt. Da China bei den Bauprojekten fast ausschließlich eigene Firmen und chinesisches Personal einsetzt, entstehen in diesem Bereich kaum neue Arbeitsplätze. Hinzu kommt, dass bisher rund 90 Prozent der Aufträge an chinesische Firmen gegangen sind – so eine Studie des Center for Strategic and International Studies in Washington.

Die Neue Seidenstraße hat aber auch eine weltpolitische Dimension: Sollten durch die Route die chinesischen und europäischen Märkte zu quasi einem Wirtschaftsraum verschmelzen, wäre das das Ende der amerikanischen Vormachtstellung, die die USA seit dem Ende des 2. Weltkriegs innehatte. Die aktuelle personelle Besetzung des Weißen Hauses lässt nur einen Schluss zu: Donald Trump wird nichts unversucht lassen, um das Projekt zu torpedieren. Das ist auch ein Grund, warum der Präsident einen Handelskrieg mit China angezettelt hat und den Iran konsequent attackiert. Er will die Route destabilisieren.

Die Bundesregierung steht dem Projekt skeptisch gegenüber, weil ihr die Bevorzugung chinesischer Firmen ein Dorn im Auge ist. Es gibt Versuche seitens der Europäer, die Ausschreibungen für die Projekte zu öffnen und dafür zu sorgen, dass internationale Standards angewendet werden und mehr nicht-chine-



sische Unternehmen fairen Zugang erhalten. Ein Erfolg der Bemühungen scheint aktuell mehr als fraglich.

Auch AGA-Präsident Dr. Hans Fabian Kruse beurteilt die Neue Seidenstraße kritisch: „China beeilt sich, dass aus dem Projekt Neue Seidenstraße schnell eine ökonomische und weltpolitische Tatsache wird. Daran werden wir nichts ändern können. Wenn es denn tatsächlich so kommt, sollten wir uns mit unserem ganzen Einfluss darum bemühen, dass Hamburg der Endpunkt der Seidenstraße ist.“

Do what's right, not what's easy – the FOM MBA.

fom.de

Die Hochschule. Für Berufstätige.



30 FOM Hochschulzentren: Aachen | Augsburg | Berlin | Bochum
Bonn | Bremen | Dortmund | Duisburg | Düsseldorf | Essen
Frankfurt a. M. | Gütersloh | Hagen | Hamburg | Hannover | Karlsruhe
Kassel | Köln | Leipzig | Mannheim | Marl | München | Münster
Neuss | Nürnberg | Siegen | Stuttgart | Wesel | Wuppertal | Wien



DSGVO: Der große Knall ist ausgeblieben

Anfang 2018 ging ein Gespenst um in Europa – das Gespenst Datenschutz-Grundverordnung, kurz DSGVO. Fast panisch wandten sich kurz vor dem 25. Mai 2018 die Unternehmen an die Datenschutzspezialisten, damit diese das „Monster DSGVO“ für sie entschärfen. Doch was ist von der Panik geblieben?

DATEN- SCHUTZ

„Anfang 2018 haben wir rund 400 Anfragen im Monat abgelehnt, weil wir die Kapazitäten gar nicht hatten“, berichtet Thorsten Logemann, Vorstand der intersoft consulting services AG, einem Spezialisten für Datenschutz und IT-Sicherheit in Hamburg. Die Torschlusspanik, die viele Unternehmen in den Wochen vor dem 25. Mai 2018 befiel, erinnert ihn heute fast an Weihnachten. „Ich finde Weihnachten jedes Jahr überraschend, obwohl ich doch schon seit Monaten weiß, dass ich Geschenke kaufen muss.“ Was der Datenschützer damit meint: Es gab eine zweijährige Übergangsfrist vor der endgültigen und rechtsverbindlichen Einführung der DSGVO. „Nichts war wirklich neu und wurde medial gründlich begleitet. Trotzdem wollte jeder in den Wochen vor dem magischen Datum etwas machen. Da war auch ein Gutteil blinder Aktionismus dabei“, erinnert sich Logemann.

Aber warum war die Panik so groß? Logemann: „Das war allein der drastischen Anhebung der Bußgelder geschuldet. Dadurch war das Datenschutzgesetz in eine Größenordnung gerutscht wie das Kartellrecht, in dem Verstöße schon länger sehr teuer sind. Das erhöhte die Aufmerksamkeit in den Chefetagen erheblich.“ Mit der Panik der Betriebe kamen auch unseriöse Anbieter auf den Markt. „Da haben einige

schwarze Schafe Datenschutz für 32,50 Euro im Monat angeboten. Dafür geben sie ihren Namen, tun sonst aber rein gar nichts“, sagt Logemann. Noch bis Ende 2018 befürchteten die Unternehmen eine riesige Abmahnwelle, weil sich Anwälte darauf spezialisiert hätten. Aber: „Der große Knall ist ausgeblieben. Unser Unternehmen hat nur einige wenige Kunden, die abgemahnt wurden“, so Logemann.

Ein weiterer Grund, warum die Lage noch so ruhig ist: Nicht nur für die Unternehmen ist die DSGVO völliges Neuland gewesen, sondern auch für die ausführenden Organe, sprich die Datenschutzbehörden: „Die müssen sich genauso einarbeiten. Nur weil sie eine Behörde sind, wissen sie noch lange nicht, was die Europäische Gesetzgebung sich vorgestellt hat.“ Ein weiterer Grund, warum die Behörden noch nicht auf der Höhe der Zeit sind, ist das föderale System in Deutschland. „16 Behörden versuchen, zu einer einheitlichen Meinung zu kommen. Und der einzelnen Behörde fehlen meist die nötigen Ressourcen, um die Einhaltung der DSGVO kontrollieren zu können“, so der Datenschützer. Mitte 2019 haben die Behörden begonnen, einen Bußgeldtatbestandskatalog zu erstellen. „Wenn der Katalog steht, kann es zu mehr Bußgeldern kommen, dennoch wird das Überlastungsproblem bleiben. Aktuell kann beispielsweise die Hamburger Landesdatenschutzbehörde nicht proaktiv tätig werden. Sie arbeiten nur auf Hinweise oder Beschwerden hin“, berichtet Logemann.

INFO

Aktuelle Informationen und Veranstaltungen zum Thema DSGVO und Datenschutz finden Sie auf www.aga.de/dsgvo

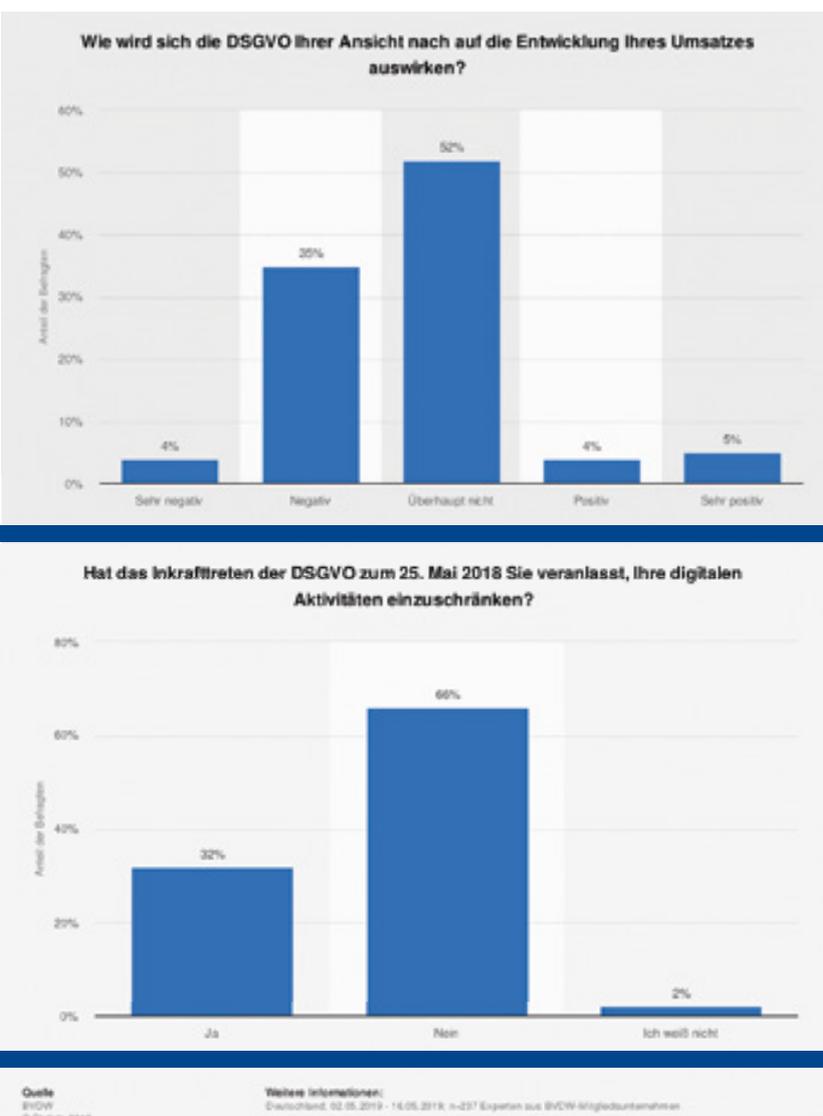
Aber die Datenschutzbehörden können auch anders: So musste die Airline British Airways im Juli 2019 ein Bußgeld in Höhe von 200 Millionen Euro bezahlen – wegen Nachlässigkeiten in der IT. Unbekannte konnten 2018 mehr als 500.000 Kundendaten aus dem Online-Buchungssystem der Fluglinie erobern. Auch bei kleineren und mittleren Unternehmen wurden schon Strafen verhängt, meist im Bereich zwischen 10.000 und 20.000 Euro. Das ist eine deutliche Steigerung, denn vor der endgültigen Einführung der DSGVO lagen die Strafen meist im unteren vierstelligen Euro-Bereich. Dabei gehen die Behörden mit Fingerspitzengefühl zu Werke: „Es ist nicht die Aufgabe einer Landesdatenschutzbehörde, ein Unternehmen zu Grunde zu richten. Bei der Höhe der Strafe geht es darum, dass es eine merkbare Strafe ist. Denn die Behörden wollen natürlich ernst genommen werden.“

Wenn es um die DSGVO geht, hat der Datenschutz-Profi Logemann einige wenige, aber effektive Tipps: „Ein Kernpunkt sind die Verfahrensbeschrei-

bungen, von denen alle anderen Prozesse ausgehen. Da muss man gut gewappnet sein. Man braucht heute auch ein Datenschutzmanagementsystem, das es für wenig Geld gibt. Dann benötigt ein Unternehmen eine Hilfe, die es durch die Struktur des Datenschutzes führt.“ Ganz wichtig ist das Verhalten im Falle eines Datenschutzvorfalls: „Man hat nur 72 Stunden Zeit, dies den Behörden zu melden. Diese harte Frist gab es bisher nicht. Die meisten Daten kommen durch verlorene Handys oder Notebooks abhanden. Das ist das richtige Leben. Darauf muss man vorbereitet sein. Wenn man das beachtet, ist man datenschutztechnisch schon ganz gut aufgestellt.“

Summa summarum hält Thorsten Logemann die DSGVO für ein gutes und richtiges Instrument, um den Datenschutz zu erhöhen: „Die DSGVO ist kein Geschäftsverhinderer, aber es gibt Spielregeln. Datenschutz ist nicht neu, es fühlt sich für viele nur so an.“

● Thorsten Logemann, Vorstand der intersoft consulting services AG





Soziale Marktwirtschaft braucht starke Verbände

Wirtschaft und Gesellschaft verändern sich in einem rasanten Tempo. Dies verändert auch die Anforderungen, die gerade kleine und mittlere Unternehmen (KMU) an ihre Verbände stellen.

Fachkräftebedarf und Azubi-Mangel in vielen Branchen, Digitalisierung und Anpassung der Geschäftsmodelle sind nur wenige Schlagworte.

KRÄFTE
BÜNDELN

Ziel muss es sein, durch attraktive Jobs das Abwandern von Fachkräften einzudämmen und den Menschen gerade in ländlichen Regionen eine langfristige Perspektive zu geben. Vor diesem Hintergrund hat sich jetzt die Verbändeallianz Nord | Mitte | Ost der mittelständischen Handels- und Dienstleistungswirtschaft gegründet. In diesem länderübergreifenden Bündnis aus fünf Einzelverbänden wollen die Unternehmen in den vielen Regionen Nord-, Mittel- und Ostdeutschlands (NMO) die vielfältigen Herausforderungen gemeinsam anpacken.

Die Mitgliedschaft der Unternehmen in der Verbändeallianz soll ihre Arbeitgeberattraktivität spürbar erhöhen und den Betrieben im Tagesgeschäft nicht zuletzt durch eine länderübergreifende Vernetzung einen klaren Mehrwert bieten. Denn nur eine starke Vernetzung der Unternehmerinteressen auch und gerade über die Grenzen der neuen und alten Bundesländer hinweg kann die steigenden Bedürfnisse der Unternehmen nachhaltig befriedigen. „Wir wollen die Unternehmen durch die Mitgliedschaft stärken, damit diese sich unter vernünftigen Rahmenbedingungen entwickeln und ein starker Arbeitgeber sein können“, betont Philipp Neddermeyer, Geschäftsführer von LGAD und LVGA sowie im AGA. Echte Beratungsleistungen und ein einheitlicher Service werden durch ein hauptamtliches Team von rund 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gewährleistet.

Die neue Gemeinschaft der Verbände ist die logische Konsequenz gemeinsamer Ziele und Werte. So ist die Verbändeallianz NMO davon überzeugt, dass ein starkes Europa die Bedingung für eine gesunde Wirtschaft

der Bundesrepublik sowie für den sozialen Frieden ist. Die Verbändeallianz NMO tritt ein für die Grundwerte einer freiheitlichen und demokratischen Gesellschaft und die Errungenschaften der Sozialen Marktwirtschaft. Die Verbändeallianz NMO wendet sich gegen jede Form extremer politischer Strömungen.

Konkret werden die Verbände der Handels- und Dienstleistungswirtschaft in der Allianz Nord | Mitte | Ost die Interessen der mittelständischen Wirtschaft noch wirkungsvoller in den Ländern sowie in Berlin und in Brüssel über ihre Spitzenverbände BGA und BDA vertreten. So soll künftig ein ehrenamtlicher Sprecher definiert werden, der die Unternehmer-Interessen der Allianz vor allem im Bundesverband BGA artikuliert.

Im täglichen Geschäft wird die NMO die kleineren und mittleren Unternehmen in Ostdeutschland durch ein umfassendes arbeits- und sozialrechtliches Beratungsangebot unterstützen. Dabei gibt es einen engen Austausch zwischen den Verbänden, sodass alle Beteiligten die Synergieeffekte der Allianz für sich nutzen können. Wichtig ist darüber hinaus die Verbesserung der Standortbedingungen insbesondere in ländlichen Regionen Nord-, Mittel- und Ostdeutschlands. Dazu gehört auch eine verbesserte Breitbandversorgung, eine gemeinsame Tarifarbeit, die Stärkung der beruflichen Bildung sowie die Verzahnung von Wirtschaft und Hochschule.

„Die Verbändeallianz Nord | Mitte | Ost kommt genau zur richtigen Zeit. Wir bündeln unsere Kräfte, damit wir eine starke Interessenvertretung für unsere Mitglieder sind“, unterstreicht Neddermeyer.

INFO

Zur Verbändeallianz NMO gehören:

- Unternehmens- und Arbeitgeberverband für Großhandel und Dienstleistungen e.V. (AGD Berlin)
- Landesverband des Groß- und Außenhandels für Berlin und Brandenburg e.V. (LGA)
- Landesverband für Groß-/Außenhandel und Dienstleistungen Thüringen e.V. (LGAD)
- Landesverband Großhandel Außenhandel Dienstleistungen Sachsen-Anhalt e.V. (LVGA)
- AGA Norddeutscher Unternehmensverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung e.V., Landesgruppe Mecklenburg-Vorpommern

Ihr Kontakt zur Verbändeallianz Nord | Mitte | Ost:
philipp.neddermeyer@aga.de



➤ NORDHANDEL

Eine starke Stimme für den Handel im Norden

250.000
Beschäftigte

5.500
Mitgliedsunternehmen

11
Verbände

1 starke Stimme für
den Handel im Norden

Der vor zwei Jahren gegründete neue Dachverband aus elf norddeutschen Branchen- und Fachverbänden hat 2019 richtig Fahrt aufgenommen. Auf vielen Veranstaltungen konnte NORDHANDEL seine Ziele und Überzeugungen an die Politik, Unternehmen und Interessenvertretungen weitergeben.

Zu den Kernthemen von NORDHANDEL gehören die Aus- und Weiterbildung, Digitalisierung, Freihandel sowie Tarifpolitik und Mobilität. NORDHANDEL fordert Bund, Länder und Kommunen auf, die Duale Ausbildung zu fördern, den Ausbau des Breitbandnetzes und die Abdeckung mit Glasfaseranschlüssen zu erweitern und infrastrukturelle Projekte in Innenstädten, auf Straßen, auf Wasserwegen und im Schienenverkehr voranzutreiben. Dabei sind die bestehenden Strukturen zu pflegen und mehr Planungskapazitäten bereitzustellen, damit Gelder vom Bund abgerufen werden können. Infos unter: www.nordhandel.online



Gründungsmitglieder

- AGA Unternehmensverband
- AGA Service GmbH
- Bundesverband des Deutschen Getränkefachgroßhandels
- CDH im Norden
- DIE FRANCHISENEHMER
- INW – Bildungswerk Nord
- Landesverband Großhandel Außenhandel Dienstleistungen Sachsen-Anhalt
- Verein der Getreidehändler der Hamburger Börse
- Verein Hamburger Exporteure
- Verband der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels VMG Nord
- Wirtschaftsvereinigung Groß- und Außenhandel Hamburg e.V.

Ihr Kontakt zu Nordhandel: volker.tschirch@aga.de

➤ NORDHANDEL





mehr als Recht.

10 Rechtsanwältinnen & Rechtsanwälte
1.100 übernommene Fälle
1.060 Gerichtstermine
Rund 1,7 Mio. Euro gesparte Rechtsanwaltsgebühren
Rund 300 Arbeitshilfen, davon 5 neu in 2019
31 PraxisForen und Webinare zu Recht & Tarife



EuGH-Urteil zur Arbeitszeiterfassung: Zurück zur Stechuhr?

Es war ein Paukenschlag – einer, der viele Unternehmer zutiefst verunsicherte: Denn 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. In dem zu entscheidenden Fall ging es um die Klage einer spanischen Gewerkschaft gegen eine Bank. Mit dem Ziel, Letztere zu verpflichten, ein Zeiterfassungssystem einzuführen, welches die täglich geleistete Arbeitszeit der Mitarbeiter aufzeichnet.

Laut dem EuGH könne nur mit einer systematischen Arbeitszeiterfassung kontrolliert und durchgesetzt werden, dass die Regelungen zur Arbeitszeit eingehalten und der bezweckte Gesundheitsschutz der Arbeitnehmer gewährleistet wird. Der EuGH beruft sich in seiner Entscheidung nicht nur auf die geltende Arbeitszeit-Richtlinie der EU, sondern auch auf die Grundrechtecharta. Diese garantiert den Arbeitnehmern in Artikel 31 gesunde, sichere und würdige Arbeitsbedingungen

sowie das Recht auf eine Begrenzung der Höchstarbeitszeit, auf tägliche und wöchentliche Ruhezeiten.

Ohne eine systematische Erfassung könne weder die Zahl der geleisteten Arbeitsstunden, ihre zeitliche Verteilung, noch die Zahl der Überstunden objektiv und verlässlich ermittelt werden. Konkrete Modalitäten zur Umsetzung lieferte der EuGH jedoch nicht. So heißt es in dem Urteil, dass die Mitgliedstaaten im Rahmen des ihnen insoweit eröffneten Spielraums die Möglichkeit haben sollen, die konkreten Modalitäten zur Umsetzung eines solchen Systems, insbesondere dessen Form, festzulegen. Es bleibt also den Mitgliedstaaten überlassen, ob sie die Stunden elektronisch, auf Papier, per Stechuhr oder per App erfassen lassen wollen. Das Urteil sagt nichts darüber, wer die Arbeitszeit erfassen muss. Somit kann die Dokumentation auch durch den Arbeitnehmer selbst erfolgen.

Auch stellt der EuGH in seinem Urteil fest, dass Ausnahmen von der allgemeinen Pflicht zur Arbeitszeit-



erfassung möglich sein können. Eine Umsetzung der Dokumentationspflicht wäre gegebenenfalls unter Berücksichtigung der Besonderheiten des jeweiligen Tätigkeitsbereichs, der Eigenheiten bestimmter Unternehmen, wie zum Beispiel ihrer Größe, denkbar. Damit lässt der EuGH den Mitgliedstaaten zumindest einen kleinen Spielraum.

Das deutsche Recht sieht bisher in § 16 Abs. 2 S. 1 Arbeitszeitgesetz lediglich vor, dass der Arbeitgeber verpflichtet ist, die über die werktägliche Arbeitszeit hinausgehende Arbeitszeit der Arbeitnehmer, das heißt Überstunden und Mehrarbeit sowie Sonn- und Feiertagsarbeit, zu erfassen. Eine darüber hinaus gehende Verpflichtung zur Aufzeichnung der Arbeitszeit findet sich nur noch im Mindestlohngesetz für die in § 17 Mindestlohngesetz aufgeführten Wirtschaftsbereiche. Weitere Regelungen sieht das deutsche Arbeitszeitrecht derzeit nicht vor.

Das rät der AGA:

Da nach dem Urteil des EuGH die gesamte Arbeitszeit vollständig zu dokumentieren ist, müssen nun bereits bestehende Zeiterfassungssysteme gegebenenfalls angepasst werden. Auch bei bestehenden Betriebsvereinbarungen können eventuell Ände-

rungen erforderlich sein. Insgesamt wird also eine Anpassung des deutschen Rechts notwendig sein. Allerdings wird in der Regel häufig bereits jetzt schon durch die Dokumentation der Überstunden auch die reguläre Arbeitszeit erfasst.

Die Entscheidung sieht damit vor allem für die digitale und mobile Arbeitswelt nach einem Rückschritt aus. Tatsächlich hat es für die Unternehmen je nach Branche ganz unterschiedliche Auswirkungen. So dürfte das Urteil des EuGH für Produktionsbetriebe, die in der Regel sowieso mit Stechuhren oder elektronischer Zeiterfassung arbeiten, keine großen Auswirkungen haben.

Anders sieht es dagegen für viele andere Arbeitgeber aus. Gerade für Unternehmen, die ihren Mitarbeitern eine flexible Arbeitszeitgestaltung in Form von Vertrauensarbeitszeit, Gleitzeit, Home-Office oder mobilem Arbeiten anbieten, wird es schwieriger. Es stellt sich zurecht die Frage, ob die flexible Arbeitszeit in der digitalen Welt überhaupt noch möglich ist und ob man mit der Umsetzung des EuGH-Urteils den Arbeitnehmern wirklich einen Gefallen tut.

Es bleibt abzuwarten, wie der deutsche Gesetzgeber das Urteil des EuGH konkret umsetzen wird. Für Arbeitgeber besteht jedoch noch kein akuter Handlungsbedarf. Die Umsetzung wird sicherlich noch etwas dauern. Allerdings zeigt die Entscheidung auch, dass die Einhaltung des Arbeitszeitgesetzes mehr in den Fokus der Gesetzgebung rückt.



Ihr Kontakt zur AGA-Rechtsabteilung:
volker.hepke@aga.de
philipp.neddermeyer@aga.de

Tschüss Großraum-Büro: Rechtliche Grundlagen von Home-Office und mobilem Arbeiten

Arbeitgeber stehen dem Wandel infolge der Digitalisierung durchaus offen gegenüber. In vielen Unternehmen ist das Arbeiten im Home-Office und das mobile Arbeiten aufgrund individueller Regelungen oder einer Betriebsvereinbarung bereits Realität. Problematisch ist allerdings die Einhaltung und Umsetzung der Arbeitsschutzbestimmungen.

Wer hat Anspruch auf Home-Office oder mobile Arbeit?

Sofern es keine individuellen oder kollektiven Regelungen zum Home-Office oder mobiler Arbeit gibt, stellen sich Arbeitgeber oft die Frage, ob es einen Anspruch auf Home-Office oder mobile Arbeit gibt. Die Antwort lautet: Nein, einen gesetzlichen Anspruch auf Home-Office oder mobiles Arbeiten gibt es nicht. Will der Arbeitgeber Home-Office gewähren, muss er die arbeitsrechtlichen Vorgaben hierzu

kennen und bestenfalls in einer Vereinbarung umsetzen. Insbesondere sind die Vorschriften zum Arbeitsschutz, Datenschutz oder Arbeitszeitregelungen einzuhalten.

Unterschied zwischen Home-Office und mobiler Arbeit

Home-Office ist gegeben, wenn der Arbeitnehmer neben oder anstelle seines betrieblichen Arbeitsplatzes an einem anderen festen Arbeitsplatz außerhalb des Betriebs arbeitet. Mobiles Arbeiten liegt vor, wenn der Arbeitnehmer auch außerhalb des Betriebes an anderen, nicht vorgeschriebenen Orten arbeiten kann. Mobiles Arbeiten wird oftmals auch auf Dienstreisen praktiziert. Die Arbeitsstättenverordnung findet nur bei der Einrichtung eines Arbeitsplatzes im Home-Office umfassende Anwendung. Bei mobiler Arbeit sind die arbeitsschutzrechtlichen Bestimmungen



begrenzt zu befolgen, da es keine Vereinbarung zu einem festen Arbeitsplatz gibt. Dies macht durchaus Sinn, da Arbeitgeber die besonderen Anforderungen bei mobiler Arbeit, etwa in einem Café oder im Zug, nicht gewährleisten können. Nach der Arbeitsstättenverordnung hat der Arbeitgeber vor der Einrichtung eines Home-Office-Arbeitsplatzes diesen einer Gefährdungsbeurteilung zu unterziehen. Das bedeutet, dass alle Vorgaben bezüglich des Arbeitsschutzes im Betrieb auch für das Home-Office gelten. Ein Verstoß gegen die ordnungsgemäße Durchführung einer Gefährdungsbeurteilung kann ein Bußgeld nach sich ziehen. Bei mobiler Arbeit müssten hingegen zum Beispiel ergonomische Arbeitsmittel wie ein ergonomischer Laptop anstatt nur eines Smartphones bereitgestellt werden. Weiterhin müsste die Gestaltung von Arbeitsabläufen und Arbeitszeit den gesetzlichen Anforderungen genügen. Es empfiehlt sich dringend, die Mitarbeiter ausreichend und angemessen in verständlicher Form und Sprache in den Arbeitsschutzbestimmungen zu unterweisen.

Freiwillige Arbeit = Arbeitszeit?

Wie verhält es sich, wenn Mitarbeiter abends im Home-Office oder von unterwegs noch arbeiten? Grundsätzlich ist Arbeit immer Arbeitszeit! Dies bedeutet, dass die Arbeitszeit auf jeden Fall erfasst werden muss. Es gelten also die Regelungen aus dem Arbeitszeitgesetz, insbesondere die Höchst-arbeitszeit. Gemäß § 3 ArbZG darf die werktägliche Arbeitszeit acht Stunden nicht überschreiten. Sie kann nur auf bis zu zehn Stunden verlängert werden, wenn innerhalb von sechs Kalendermonaten oder innerhalb von 24 Wochen im Durchschnitt acht Stunden werktäglich nicht überschritten werden. Zudem gilt gemäß § 5 ArbZG eine ununterbrochene Ruhezeit von mindestens elf Stunden nach Beendigung der täglichen Arbeitszeit. Das bedeutet, dass, wenn am Abend noch ein dienstliches Telefonat geführt wird oder eine E-Mail schnell beantwortet wird, die Ruhezeit einzuhalten ist. Wenn also von 21:00 Uhr bis 22:00 Uhr noch gearbeitet wird, verschiebt sich das Ende des Arbeitstages auf 22:00 Uhr, so dass danach eine Ruhezeit von elf Stunden einzuhalten ist und der Arbeitsbeginn am nächsten Tag nicht vor 9:00 Uhr erfolgen darf.

Weiterhin ist in § 9 ArbZG geregelt, dass Arbeiten an Sonn- und Feiertagen verboten ist. Wenn ein Mitarbeiter also am Sonntag noch schnell eine E-Mail beantwortet, verstößt dieser gegen die gesetzlichen Vorschriften. Sobald der Arbeitgeber hiervon Kenntnis hat, muss er die Sonn- bzw. Feiertagsarbeit noch einmal ausdrücklich (schriftlich!) untersagen und



gegebenenfalls bei einem weiteren Verstoß arbeitsrechtliche Sanktionen, wie eine Abmahnung, verhängen.

Ob eine Vergütung außerhalb der Arbeitszeit, also Überstunden bezahlt werden sollen, ist eine andere Frage, die oft gestellt wird. Die Abgeltung hängt entweder von der jeweiligen Vereinbarung ab oder ob diese den Umständen nach nur gegen eine Vergütung zu erwarten ist. Darüber hinaus müssen Überstunden vom Arbeitgeber ausdrücklich oder konkludent angeordnet bzw. geduldet worden sein.

Fazit:

Home-Office und mobiles Arbeiten sind also auf dem Vormarsch. Viele Unternehmen bieten ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, mit mobilen Arbeitsmitteln an jedem Ort flexibel dienstliche Aufgaben zu erledigen. Für die Beschäftigten ergeben sich dadurch völlig neue Möglichkeiten der freien Zeiteinteilung und der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Jedoch macht es den Anschein, dass weder der Gesetzgeber noch die Rechtsprechung sich mit der flexiblen Arbeitszeit auseinandergesetzt haben, da immer noch zahlreiche arbeitsrechtliche Hürden zu meistern sind – insbesondere im Hinblick auf das EuGH-Urteil zur Arbeitszeiterfassung.

INFO

Ihr Kontakt zur AGA-Rechtsabteilung:

volker.hepke@aga.de

philipp.neddermeyer@aga.de

WUNSCH
UND
REALITÄT

AUSTAUSCH
RINGEN

ANNÄHERUNG

KOMPROMISSE



Tarifverhandlungen im Groß- und Außenhandel: Abschluss am Rande des Machbaren

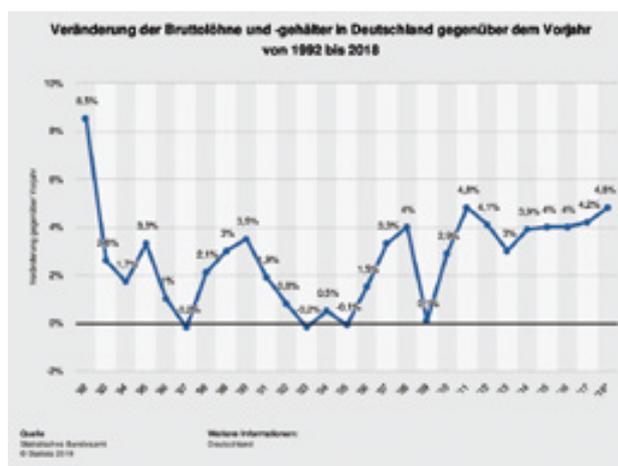
„Tarifverhandlungen sind Verhandlungen über die Arbeitsbedingungen zwischen einem oder mehreren Arbeitgebern oder deren Vertretern und den Vertretern der Arbeitnehmer, in der Regel den Gewerkschaften, um einen Tarifvertrag abzuschließen.“ Soweit die Definition aus dem Wirtschaftslexikon. Hört sich im ersten Moment einfach an, ist aber deutlich schwieriger. Denn alle zwei Jahre treffen sich die Tarifparteien, um einen tragbaren Kompromiss für beide Seiten zu finden. Dazu sind Wochen, manchmal Monate notwendig.

2019 begannen die Tarifverhandlungen im Groß- und Außenhandel zwischen dem AGA Unternehmensverband und der Gewerkschaft Verdi für die nördlichen Bundesländer am 18. April in Hamburg.

Es folgten Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen. Im Vorfeld hatte Verdi 6,5 Prozent mehr Gehalt, eine Mindestanhebung und eine Anhebung der Vergütungen für Auszubildende gefordert – bei einer Laufzeit von nur zwölf Monaten. Michael Fink, Leiter der AGA-Tarifkommission, kommentierte die Forderung so: „Eine Lohnsteigerung von 6,5 Prozent schießt über das Ziel hinaus und kann von vielen Betrieben des Groß- und Außenhandels nicht erbracht werden. Die geforderte Mindestanhebung von 167 Euro würde eine unverhältnismäßige Lohnsteigerung in den unteren Lohngruppen darstellen und damit deutlich überhöhte Kosten im Bereich der Niedrigqualifizierung auslösen. Darüber hinaus hat sich die Konjunktur aufgrund der internationalen Handelsstreitigkeiten deutlich abgeflaut.“

Auch einer Laufzeit von zwölf Monaten erteilte er eine klare Absage, weil die Betriebe so nicht langfristig planen könnten.

Ein erstes, substanzielles Angebot wurde Mitte Mai vom AGA in Niedersachsen gemacht: So sollten die Löhne und Gehälter 2019 um 1,8 Prozent und 2020 noch einmal um 0,7 Prozent steigen. Auch die Ausbildungsvergütungen sollten sich im gleichen Maße erhöhen. In den anderen Bundesländern wurden zu Beginn der zweiten Verhandlungsrunde ähnliche oder leicht höhere Angebote offeriert, die aber auf wenig Gegenliebe bei der Gewerkschaft Verdi trafen.



Hinter den Kulissen wurde weiter heftig verhandelt und am Abend des 26. Juni 2019 gab es einen ersten, richtungsweisenden Durchbruch: Im Tarifgebiet Nordrhein-Westfalen konnte mit der Gewerkschaft Verdi ein Tarifabschluss erzielt werden.

Der Abschluss sah vor:

- 24 Monate Laufzeit
- ab Juli 2019 Anhebung der Löhne und Gehälter um 3,0 Prozent
- nach weiterem Nullmonat Mai 2020: ab Juni 2020 Anhebung der Löhne und Gehälter um weitere 1,9 Prozent
- Erhöhung der Ausbildungsvergütungen zum 1. September 2019 um 70 Euro und zum 1. September 2020 um weitere 70 Euro
- kündbar erstmals zum 30. April 2020

Wenige Tage später wurde der Abschluss in Hamburg übernommen, danach folgten auch die anderen nördlichen Bundesländer dem Beispiel und schlossen bis 11. Juli in der dritten Runde der Verhandlungen ab. Zwar hatte es einige wenige Warnstreiks in

Betrieben des Großhandels gegeben, aber wie auch in den Jahren zuvor gab es – anders als in anderen Tarifgebieten – keine große Beeinträchtigung in den Unternehmen.

Der Abschluss hatte für die Unternehmen zwei Komponenten: Zum einen wurde ihrem Wunsch nach Planungssicherheit Rechnung getragen und für zwei Jahre abgeschlossen. Auf der anderen Seite lag die Lohn- und Gehaltssteigerung mit 4,9 Prozent addiert für zwei Jahre sehr hoch, passt aber in die bundesdeutsche Tariflandschaft: „Der Abschluss ist für viele Betriebe am Rande des Machbaren, auch vor dem Hintergrund der angespannten wirtschaftlichen Lage im Norden. Trotzdem sind wir zufrieden, dass wir die harten Verhandlungen zu einem akzeptablen Ende bringen konnten“, sagte Michael Fink.

Eine Herausforderung ist aber geblieben: Seit Langem bemühen sich Arbeitgeber und Gewerkschaften darum, die bisherigen Lohn- und Gehaltstarifverträge in moderne Entgeltstrukturen zu überführen. Bei dieser schwierigen Aufgabe ist man in den vergangenen Jahren gut vorangekommen. „Aber es ist auch noch ein gutes Stück zu gehen“, sagt Volker Hepke, Geschäftsführer Recht & Tarife beim AGA. Interessant ist ebenfalls, dass der Bedarf an Haustarifen für Unternehmen, die keinem Flächentarifvertrag unterliegen, zugenommen hat.



Per Klick zum individuellen Arbeitsvertrag

AGA
DIGITAL-
PROJEKT



IST DAS MUSTER NOCH AKTUELL?

„Wo sind nochmal die Vertragsmuster abgespeichert?“ Wer kennt solche Fragen nicht? Vertragsmuster werden noch heute häufig als Dokument auf dem unternehmenseigenen Server oder sogar lokal gespeichert. Durch Überschreiben und Abspeichern schleichen sich dann Fehler ein, die in kostspielige juristische Prozesse münden können. Manch ein Arbeitsvertrag ist viel zu umfangreich, anderen fehlt es an wichtigen Inhalten.

Mit einer geeigneten Softwarelösung gehören solche Szenarien der Vergangenheit an. Aus diesem Grund hat der AGA gemeinsam mit vier Schwesterverbänden im Jahr 2019 das Projekt Vertragsgenerator gestartet. In Zusammenarbeit haben die Rechtsanwälte der vier Verbände gemeinsame Vertragsmuster für die unterschiedlichen Arbeitsvertragstypen konzipiert. Diese wurden dann in die Softwarelogik übertragen,

sodass mit Hilfe einer Abfragelogik sämtliche Arbeitsvertragstypen kurzerhand erstellt, bearbeitet und ausgedruckt werden können. Hinweise, Praxistipps und ein Glossar ermöglichen auch Personen ohne juristische Fachausbildung eine schnelle und sichere Vertragserstellung. Das Angebot wird in das Verbandsportfolio integriert und sichert Mitgliedern eine noch schnellere und genauere Beratung. Unsere Rechtsabteilung steht Ihnen während und nach der Vertragserstellung mit kompetenter juristischer Beratung zur Seite. Auf Wunsch prüfen unsere Anwältinnen und Anwälte gemeinsam mit Ihnen das individuell erstellte Arbeitsvertragsmuster.

Interesse?

Die Nutzung des Vertragsgenerators ist für Mitglieder der beteiligten Verbände kostenfrei. Das Angebot ist ab 2020 nutzbar.

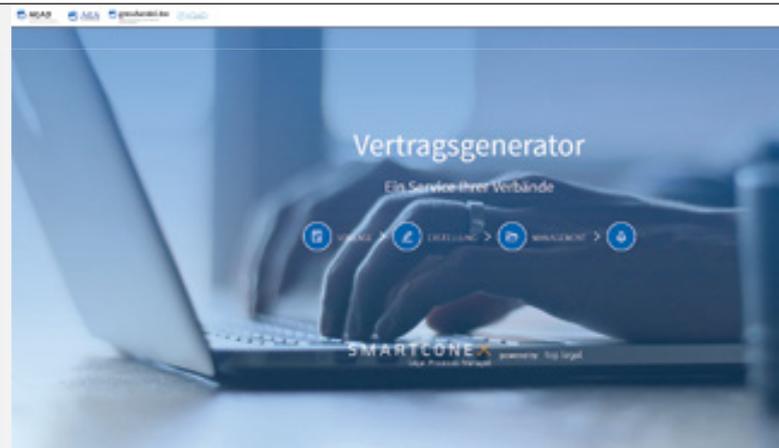
Die Vorteile auf einen Blick

- nützliche Tipps und Hinweise für Nicht-Juristen
- aktuell: Stetige Aktualisierung und Überprüfung durch Rechtsexperten
- editierbare Musterverträge zur Vorlage bei Ihrem Rechtsberater
- keine Installation
- keine anfallenden Kosten

maximilian.albrecht@aga.de

dennis.siggelow@aga.de

www.aga.de/vertragsgenerator



weiter
BILden,
weiterkommen.

60 Jahre INW – Bildungswerk Nord

Erstes Bildungswerk eines Verbandes

100.000 Seminarteilnehmende in 9.000 Seminaren in 60 Jahren

60.000 Azubis durch Ausbildung & Prüfung begleitet

120 neue Web Based Trainings

KMU

müssen den Fokus auf Schulung und lebenslanges Lernen ihrer Beschäftigten legen und gleichzeitig flexible und innovative Modelle und Lösungen für das Lernen identifizieren. Digitale Technologien und sich schnell ändernde Arbeitsumgebungen unterstreichen dies.

Quelle: Julia Katharina Lehnkering
 Master's Thesis University of Applied Sciences
 Bonn-Rhein-Sieg, 2019

Die Revolution war gestern Weiterbildung heute und morgen

Die Digitale Transformation hat unser Lernen und die Wissensspeicherung nachhaltig verändert. Zukünftig wird noch ein Grundstock an Vorratswissen benötigt.

Schule, Berufsschule und Universität liefern die Basis: Sprachen, Techniken, Analysefähigkeit und soziale Kompetenzen – all das sind wichtige Voraussetzungen für ein selbstbestimmtes Leben und einen erfüllten Beruf.

Die digitale Verfügbarkeit von Wissen spielt in den schulischen und universitären Lernphasen bereits eine wichtige Rolle. Ihren großen Auftritt hat sie allerdings im lebenslangen Lernen und in der beruflichen Weiterbildung. In Zeiten von Microdegrees und vernetztem Lernen ist die Wissensaneignung heute im Idealfall situativ, personalisiert und dynamisch und reizt die technischen Möglichkeiten aus. Richtig genutzt, bietet die Digitalisierung der Weiterbildungswelt eine Erleichterung und eine Bereicherung. Arbeitgebern schafft sie einen wichtigen Pluspunkt in der Wissenssicherung und zusätzlich für ihr Employer Branding auf dem Fachkräftemarkt.

Entsprechend sind Bildungsanbieter gefordert, qualitativ hochwertiges Wissen didaktisch zeitgemäß und nach Bedarf abrufbar für Unternehmen und ihre Beschäftigten bereitzustellen. Die Bildung darf dabei schon lange nicht mehr allein auf das über den Wissenserwerb ausgestellte Zertifikat reduziert werden, sondern muss sofort direkt im Unternehmen anwendbar sein. Dies fordert Bildungswerk und Unternehmen und bringt sie noch enger zusammen.

Das INW feiert Geburtstag.

Zum 60. gibt es jeden Monat ein besonderes Angebot für unsere Kundinnen und Kunden. Jetzt für den Newsletter anmelden: www.inw.de/kontakt



Das INW setzt in seinem Jubiläumssjahr auf die Vernetzung verschiedener Lernwelten und Didaktik. Von Praxis-Workshops mit Networking vor Ort im Fokus über hochwertige digitale Lernformate mit Austausch bis hin zu bedarfsorientierten Technik- und Pflichtschulungen bietet es seit 2019 ein umfassendes Portfolio.



Mit starken Teams Ziele erreichen.

Alle Unternehmensbereiche durchlaufen einen stetigen Wandel, der mit Hilfe einer kompetenten Führung für Geschäftsführung und Beschäftigte zum Gewinn wird. Unsere Seminare und E-Learnings unterstützen Sie dabei, Veränderungen richtungsweisend einzuführen, nachhaltig umzusetzen und Ihr Unternehmen zukunftsfähig aufzustellen. Vom Basiswissen über Methoden anhand von Schulungsvideos und Tests bis hin zu intensiven Workshops und direktem Austausch mit kompetenten Dozentinnen und Dozenten finden Sie hier für jede Herausforderung das richtige Bildungsangebot. Vom Refresher-Wissen für erfahrene Managementpersönlichkeiten bis zum Aufbau-training für Ihren Führungskräftenachwuchs hat das INW alle Lern-Level im Angebot.

Präsenzseminare



Hamburger Führungskolleg

Mitarbeiterführung und Kommunikation

(Modul 1)

20. + 21.02.2020

Hamburg

09:00 – 16:00

590,00 €

Wolfgang Dreier

Zeit- und Selbstmanagement für Führungskräfte (Modul 2)

12.05.2020

Hamburg

09:00 – 16:00

360,00 €

Roman Hohaus

Teamsteuerung in der Praxis (Modul 3)

24. + 25.09.2020

Hamburg

09:00 – 16:00

590,00 €

Wolfgang Dreier

Vom Kollegen zum Vorgesetzten

Grundlagen erfolgreicher

Mitarbeiterführung (Modul 1)

18.02. + 19.02.2020

Hamburg

09:00 – 17:00

590,00 €

Rüdiger Harbeck

Führen mit System (Modul 2)

09.06. + 10.06.2020

Hamburg

09:00 – 17:00

590,00 €

Rüdiger Harbeck

Schwierige Mitarbeitergespräche

souverän führen (Modul 3)

02.12. + 03.12.2020

Hamburg

09:00 – 17:00

590,00 €

Rüdiger Harbeck

Next Generation Workshop

22.06.2020

Hamburg

09:00 – 17:00

360,00 €

Phyllis Otten



Rechte und Pflichten des GmbH-Geschäftsführers

11.02.2020

Hamburg

09:00 – 16:00

360,00 €

Christian von Bitter



NEU: Unsere Seminare haben grundsätzlich eine Durchführungsgarantie. Ausgenommen hiervon sind die mit nebenstehendem Piktogramm gekennzeichneten Seminare & Themen, für die der Austausch und damit eine Mindestteilnehmerzahl in der Regel besonders wichtig ist. Für **Webseminare** und **Web Based Trainings** gilt der Preis **zzgl. 19 % USt.** Es gelten unsere AGB, www.inw.de/agb

FACHKRÄFTE- GEWINNUNG:

Berufsanfänger zwischen 25 und 34 Jahren wünschen Sicherheit, Zukunftsfähigkeit, Anerkennung, Unterstützung und Weiterbildung.

Quelle: DIE ZEIT,
Fragen zur Arbeitswelt, 2019



E-Learning



Konfliktmanagement für Führungskräfte	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Mitarbeiter motivieren	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Feedback geben	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Gute Entscheidungen treffen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Neu in der Führungsrolle	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Aufgaben delegieren	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Führen nach Reifegrad	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Mitarbeitergespräche führen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Professionelle Personalauswahl	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
So organisieren Sie sich und Ihr Team	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Change Management	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Einstieg in die Führungsrolle	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Grundlagen der Mitarbeitermotivation	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Teamentwicklung erfolgreich gestalten	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Teamphasen erfolgreich managen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Teamrollen erkennen und produktiv machen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Virtuelle Teams – Kommunikation	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Virtuelle Teams – Motivation und Vertrauen schaffen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Interkulturelle Kommunikation in Teams	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University



NEU: Unsere Seminare haben grundsätzlich eine Durchführungsgarantie. Ausgenommen hiervon sind die mit nebenstehendem Piktogramm gekennzeichneten Seminare & Themen, für die der Austausch und damit eine Mindestteilnehmerzahl in der Regel besonders wichtig ist. Für **Webseminare** und **Web Based Trainings** gilt der Preis **zzgl. 19 % USt**. Es gelten unsere AGB, www.inw.de/agb



Rechtssicher entscheiden.

Auf Basis aktueller Gesetze vermitteln unsere Experten ein umfangreiches Fachwissen zu allen relevanten Fragen aus dem Arbeits- und Gesellschaftsrecht. In Ergänzung zu unseren ausführlichen und für diverse Zielgruppen ausgerichteten Seminaren, die wir gerne auch bedarfsgerecht bei Ihnen im Unternehmen durchführen, gibt es laufend aktuelle Webinare: In übersichtlichen Informationsbausteinen erhalten Sie das notwendige Rüstzeug für eine sichere Personalarbeit und Unternehmensführung. Auch Video-Tutorials unserer Rechtsanwältinnen zu wiederkehrenden Fragen können Sie sich auf dieser Seite anschauen.

INW
SEMINAR-
PROGRAMM

Präsenzseminare



Aktuelles zu Reise- und Bewirtungskosten

21.09.2020	Hamburg	09:00 – 16:00	360,00 €	Frauke Detlefs
------------	---------	---------------	----------	----------------

Alles rund um den Tarifvertrag

04.06.2020	Hamburg	09:00 – 13:00	200,00 €	Volker Hepke
------------	---------	---------------	----------	--------------

Arbeitsrecht im Kleinbetrieb

15.09.2020	Hamburg	09:00 – 13:00	200,00 €	Volker Hepke
------------	---------	---------------	----------	--------------



Praxisworkshop: Arbeitsverträge optimal gestalten

17.08.2020	Hamburg	09:00 – 13:00	200,00 €	Janine Fazelly
------------	---------	---------------	----------	----------------

Basiswissen: Betriebsverfassungsrecht

04.11.2020	Hamburg	09:00 – 13:00	200,00 €	Volker Hepke
------------	---------	---------------	----------	--------------

Das Arbeitnehmerüberlassungsgesetz (AÜG)

17.02.2020 + 29.09.2020	Hamburg	09:00 – 13:00	200,00 €	Dennis Siggelow
-------------------------	---------	---------------	----------	-----------------

Die Tücken des Urlaubsrechts

09.06.2020	Hamburg	09:00 – 13:00	200,00 €	Janine Fazelly
------------	---------	---------------	----------	----------------

Kündigungsrecht: Brisantes und Besonderheiten

28.04.2020 + 17.10.2020	Hannover	09:00 – 16:00	360,00 €	Dennis Siggelow
-------------------------	----------	---------------	----------	-----------------

Kündigungsrecht: Brisantes und Besonderheiten

12.05.2020	Hamburg	09:00 – 16:00	360,00 €	Dennis Siggelow
------------	---------	---------------	----------	-----------------

Rechtssicher vom Arbeitsvertrag bis zum Zeugnis

18.02. 20.02. 25.02.2020	Hamburg	09:00 – 16:00	790,00 €	Dennis Siggelow
08.09. 10.09. 15.09.2020	Hamburg	09:00 – 16:00	790,00 €	Dennis Siggelow

Arbeitsrecht kompakt – Grundlagenwissen für die Praxis

19.02. + 07.10.2020	Hannover	09:00 – 16:00	360,00 €	Kay Gröger
---------------------	----------	---------------	----------	------------

Arbeitszeit: Rechtsgrundlagen und flexible Gestaltungsmöglichkeiten

23.06.2020	Hamburg	09:00 – 13:00	200,00 €	Quandao Wallbruch
------------	---------	---------------	----------	-------------------

Mutterschutz, Elternzeit und Wiedereinstieg

18.03.2020 01.09.2020	Hamburg	09:00 – 13:00	200,00 €	Quandao Wallbruch
-------------------------	---------	---------------	----------	-------------------

Teilzeitanprüche und befristete Arbeitsverträge: Rechtsgrundlagen und Gestaltungsmöglichkeiten

27.02.2020 04.11.2020	Hamburg	09:00 – 13:00	200,00 €	Janine Fazelly
-------------------------	---------	---------------	----------	----------------

Pflichtschulungen



Sicherheit geht vor.

Mit unserem breiten Angebot aktueller Pflichtschulungen sind Sie auf der sicheren Seite. Schulen Sie Ihre Beschäftigten in Arbeitssicherheit, Datenschutz und weiteren wichtigen Themengebieten. Geben Sie Ihrer Personalabteilung ein gutes Wissensfundament zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz. Selbstverständlich sind unsere Schulungen durch Experten geprüft. Ihre Beschäftigten machen einen Abschlusstest und erhalten ein Zertifikat.

INW
SEMINAR-
PROGRAMM

E-Learning



AGG (Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz) für Führungskräfte	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
AGG (Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz) für Beschäftigte	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Basismodul: Betrugsbekämpfung	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Aufbaumodul für Führungskräfte: Betrugsbekämpfung	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Compliance Management im Einkauf	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Basismodul: EU-Datenschutz-Grundverordnung	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Aufbaumodul für Führungskräfte und IT-Verantwortliche: EU-Datenschutz	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Informationssicherheit	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Basismodul: Compliance in der Pflege	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Aufbaumodul: Compliance in der Pflege	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Compliance in der mobilen Pflege	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Social Media Guidelines	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Exportkontrollen und Embargos	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Arbeitssicherheit DE	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Brandschutz	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Erste Hilfe	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Mein ergonomischer Büroarbeitsplatz	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Energiemanagement im Büro	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Geldwäsche	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
IT-Sicherheit (Syll. 2.0)	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT

Für **Webseminare** und **Web Based Trainings** gilt der Preis **zzgl. 19 % USt.**

Digitale Trends & Methoden



Innovative Strategien für ein zukunftsweisendes Management.

Alle Unternehmensbereiche durchlaufen einen stetigen Wandel, der mit Hilfe von fundiertem Methodenwissen und einer kompetenten Führung zum Erfolgsfaktor wird. Unsere Seminare und E-Learnings unterstützen Sie dabei, Veränderungen zu durchdringen, zu kommunizieren, nachhaltig umzusetzen und Ihr Unternehmen zukunftsfähig aufzustellen. Von LEGO® Serious Play® über agile Methoden und Data Analytic finden Sie hier eine große Bandbreite methodisch und didaktisch unterschiedlich aufgebauter Wissensvermittlung.

77,6 %

aller Beschäftigten nennen Weiterbildung als Grund für den Verbleib beim Arbeitgeber*

Quelle:
Stepstone Karrierestart, 2017

Präsenzseminare



Methoden-Workshop: LEGO® Serious Play®

Hamburg t.b.a.

Hamburg 09:00 – 17:00

Tina Busch

E-Learning



Agiles Arbeiten	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Agile Teams organisieren	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Agil führen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Changeability stärken	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Change erfolgreich managen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Digitales vernetzen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Digital Leadership	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Digital Mindset	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Meetings organisieren	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
New Work	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Soziale Medien nutzen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Agile Methoden: Kanban & Co.	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Design Thinking	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Kreativitätstechniken	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Projekte managen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Querdenken	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate
Schneller mit Scrum	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Elucydate

Für Webseminare und Web Based Trainings gilt der Preis **zzgl. 19 % USt.**



Aktive Zukunftssicherung für Unternehmen.

Wer Nachwuchskräfte fördert, räumt dem Unternehmen bessere Chancen ein. Das Seminarangebot ist speziell auf junge Menschen in der Ausbildung ausgerichtet. Die Kurse stärken die persönlichen Kompetenzen und zeigen neue Arbeitstechniken auf. Unsere Prüfungsvorbereitungskurse bereiten gezielt auf die Abschlussprüfungen unterschiedlicher Ausbildungsberufe vor. Durch ein zusätzliches Online-Lernangebot von Prozubi können Auszubildende prüfungsrelevantes Wissen von jedem Ort und zu jeder Zeit wiederholen.

Präsenzseminare



Außenhandelskauffrau/-mann (schriftlich)	04.03.2020 20.10.2020	Hamburg	09:00 – 16:00	150,00 €	Jochen Richter
Außenhandelskauffrau/-mann (schriftlich)	05.03.2020 21.10.2020	Hamburg	09:00 – 16:00	150,00 €	Jochen Richter
Außenhandelskauffrau/-mann (schriftlich)	06.03.2020 22.10.2020	Hamburg	09:00 – 16:00	150,00 €	Jochen Richter
Großhandelskauffrau/-mann (schriftlich)	09.01.2020	Uelzen	15:00 – 17:15	230,00 €	Rolf Fleischmann
Großhandelskauffrau/-mann (schriftlich)	24.02.2020 21.09.2020	Hamburg	17:30 – 20:00	230,00 €	Jörn Westesen
Großhandelskauffrau/-mann (schriftlich)	25.02.2020 22.09.2020	Hamburg	17:30 – 20:00	230,00 €	Jörn Westesen
Großhandelskauffrau/-mann (schriftlich)	jeweils 3 Tage ab 31.03.2020 ab 20.10.2020	Hannover	09:00 – 16:00	250,00 €	Jörn Westesen
Großhandelskauffrau/-mann (schriftlich)	3 Tage ab 06.04.2020	Braunschweig	09:00 – 16:00	230,00 €	Jörn Westesen
Großhandelskauffrau/-mann (schriftlich)	02.03.2020	Lüneburg	16:30 – 19:00	230,00 €	Ortrun Schmitz, Stefan Wiechel
Industriekaufrau/-mann (schriftlich)	17.02.2020 18.02.2020	Hamburg	17:30 – 20:00	230,00 €	Christian David und
	14.09.2020 15.09.2020	Hamburg	17:30 – 20:00	230,00 €	Ralf Schneithorst
Kauffrau/mann für Büromanagement AP 2	29.01.2020 26.08.2020	Hamburg	17:30 – 20:00	230,00 €	Björn Hansen
Kundenorientierung: Den Servicegedanken schärfen	06.02.2020 15.09.2020	Hamburg	09:00 – 16:00	130,00 €	Frank Heymann



NEU: Unsere Seminare haben grundsätzlich eine Durchführungsgarantie. Ausgenommen hiervon sind die mit nebenstehendem Piktogramm gekennzeichneten Seminare & Themen, für die der Austausch und damit eine Mindestteilnehmerzahl in der Regel besonders wichtig ist. Für **Webseminare** und **Web Based Trainings** gilt der Preis **zzgl. 19 % USt**. Es gelten unsere AGB, www.inw.de/agb

Rhetorik & Präsentation:

Reden, präsentieren & begeistern

17.04. + 20.04.2020 | 30.10. + 02.11.2020 Hamburg 09:00 – 16:00 230,00 € Frank Heymann

Spannend ab dem 1. Tag:

Erfolgreicher Einstieg in die Ausbildung

07.02.2020 | 14.08.2020 Hamburg 09:00 – 16:00 130,00 € Helene Weigmann

Job Knigge:

Korrektes Benehmen von A bis Z

28.08.2020 Hamburg 09:00 – 16:00 130,00 € Marlies Smits

Effizientes Zeitmanagement &

Selbstorganisation

21.02.2020 | 21.08.2020 Hamburg 09:00 – 16:00 130,00 € Helene Weigmann

Business-Korrespondenz mit Stil

09.06.2020 Hamburg 14:00 – 17:15 85,00 € Marlies Smits

Telefontraining:

Mit gutem Gefühl am Hörer

18.03.2020 | 01.10.2020 Hamburg 09:00 – 16:00 130,00 € Frank Heymann

Vorbereitung auf die mündliche

Außenhandelsprüfung

21.04.2020 | 03.12.2020 Hamburg 09:00 – 16:00 130,00 € Frank Heymann

Wissensmanagement



Wie sichere ich Wissen im Unternehmen und wie gebe ich es weiter?

Hierzu bieten wir eine Reihe von Trainings, die alle didaktischen und methodischen Bereiche einbeziehen. Lernen Sie, wie Sie Gruppen vor Ort und online steuern und Wissen auf unterschiedliche Arten sichern und vermitteln.

INW
SEMINAR-
PROGRAMM

E-Learning



Didaktische Grundlagen für die wirksame Weitergabe von Wissen

Web Based Training (WBT) 65,00 € Pink University

Trainings vorbereiten und konzipieren

Web Based Training (WBT) 65,00 € Pink University

Methodeneinsatz in Präsenztrainings

Web Based Training (WBT) 65,00 € Pink University

Gruppen in Präsenzveranstaltungen steuern

Web Based Training (WBT) 65,00 € Pink University

Methoden und Werkzeuge der Online-Wissensvermittlung

Web Based Training (WBT) 65,00 € Pink University

Für Webseminare und Web Based Trainings gilt der Preis **zzgl. 19 % USt.**



Auffrischen oder neu durchstarten!

Eigentlich selbstverständlich: Die gängigen Office-Produkte werden beherrscht. Doch wenn es ans Eingemachte geht, kann ein Refresher-Kurs helfen. Denn wer möchte schon, dass die eigenen Powerpoint-Präsentationen aussehen wie aus den 1990ern? Und wie war das noch einmal mit der Pivot-Tabelle? Excel, Word & Co. können viel mehr als nur schreiben und rechnen. Schulen Sie Ihre Kolleginnen und Kollegen mit gut aufgebauten und leicht verständlichen Schulungen. Der große Vorteil: Es kann am eigenen Rechner gelernt und ausprobiert werden.

E-Learning



Word 2010 effizient nutzen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Excel 2010 effizient nutzen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Outlook 2010 effizient nutzen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Word 2016 2019 Grundlagen	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Word 2016 2019 Fortgeschritten	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Excel 2016 2019 Grundlagen	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
Excel 2016 2019 Fortgeschritten	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
PowerPoint 2016 2019 Grundlagen	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT
PowerPoint 2016 2019 Fortgeschritten	Web Based Training (WBT)	37,00 €	MIT



NEU: Unsere Seminare haben grundsätzlich eine Durchführungsgarantie. Ausgenommen hiervon sind die mit nebenstehendem Piktogramm gekennzeichneten Seminare & Themen, für die der Austausch und damit eine Mindestteilnehmerzahl in der Regel besonders wichtig ist. Für **Webseminare** und **Web Based Trainings** gilt der Preis **zzgl. 19 % USt.** Es gelten unsere AGB, www.inw.de/agb

UNSERE PARTNER





Komplexe Aufgaben lösen und repräsentativ auftreten.

Mit unseren Seminaren optimieren Sie Ihre Abläufe, um Projekte sicher abzuwickeln, und erwerben ein gutes Verständnis von Kommunikationsprozessen für eine lösungsorientierte Gesprächsführung in schwierigen Situationen.

E-Learning



Grundlagen der Kommunikation	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Wertschätzend kommunizieren	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
So funktioniert Kommunikation	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Aktiv zuhören	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Fragetechniken gezielt einsetzen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Die 8 Kommunikationstypen kennen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Argumentieren und überzeugen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Überzeugend reden	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Mit Stimme überzeugen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Körpersprache im Beruf	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Zeitmanagement	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Konfliktarten kennen und erkennen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Die sechs Strategien der Konfliktlösung	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Das Konfliktgespräch führen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Konflikte am Arbeitsplatz entschärfen und vermeiden	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Konfliktlösung unter Kollegen nach dem Havard Konzept	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Wirkungsvoll präsentieren	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Professionell verhandeln	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Präsentieren im Unternehmen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Business Etikette	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Basiskurs: Projektmanagement	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Crashkurs: Durchsetzen	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University
Introvertiert und erfolgreich im Beruf	Web Based Training (WBT)	65,00 €	Pink University

Für Webseminare und Web Based Trainings gilt der Preis **zzgl. 19 % USt.**

Personal & Gesundheit



Personalarbeit, Work-Life-Balance, Gesundheitsmanagement –

all diese Begriffe sind eng miteinander verknüpft. Finden Sie hier spannende Seminare zu allen Themen rund um ein erfolgreiches Personalmanagement. Sie finden hier praktische und rechtliche Tipps sowie Durchführungshilfen z. B. für Betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM). Doch auch ganz andere Seiten von Gesundheit am Arbeitsplatz und darüber hinaus werden behandelt: etwa durch ein Lauftraining für Fitness und Ausgleich zur Büroarbeit.

INW
SEMINAR-
PROGRAMM

Präsenzseminare



Resilienz und Ressourcenaktivierung

30.03.2020

Hamburg 09:00 – 17:00 360,00 € Phyllis Otten

E-Learning



Mehr Energie, mehr Leistungskraft, mehr Erfolg (KS)

Web Based Training (WBT) 65,00 € Pink University

Aktiv gegen Burnout – Stress intelligent managen (KS)

Web Based Training (WBT) 65,00 € Pink University

Das perfekte Lauftraining (KS)

Web Based Training (WBT) 65,00 € Pink University

Office Management



Komplexe Aufgaben lösen und sicher für das Unternehmen

aufzutreten. Mit unseren Seminaren und Trainings optimieren Sie Ihre Abläufe, um Projekte erfolgreich abzuwickeln, und erwerben ein gutes Verständnis von Kommunikationsprozessen für eine lösungsorientierte Gesprächsführung – auch in schwierigen Situationen.

INW
SEMINAR-
PROGRAMM

Präsenzseminare



Assistenz der Zukunft Image und digitaler Wandel

15.06.2020

Hamburg 09:00 – 16:00 360,00 € Marc-Oliver Schlichtmann

Doppelsekretariat und Jobsharing – Chefentlastung²

02.11.2020

Hamburg 09:00 – 16:00 360,00 € Marc-Oliver Schlichtmann



**Buchstäblich treffend formulieren –
E-Mails und Briefe,
die ankommen und wirken**

11.02.2020

Hamburg 09:00 – 16:00 360,00 € Marc-Oliver Schlichtmann



**Maßgeschneiderte Chefentlastung
Ein erfolgreiches Team**

01.09.2020

Hamburg 09:00 – 16:00 360,00 € Marc-Oliver Schlichtmann

**Telefontraining:
Herausforderungen am Telefon
souverän meistern**

24.03.2020 | 29.10.2020

Hamburg 09:00 – 16:00 360,00 € Bettina Geißler

**Zeit- und Selbstmanagement:
Gelassen, übersichtlich
& störungsfrei arbeiten**

18.02.2020 | 24.09.2020

Hamburg 09:00 - 16:00 360,00 € Bettina Geißler



NEU: Unsere Seminare haben grundsätzlich eine Durchführungsgarantie. Ausgenommen hiervon sind die mit nebenstehendem Piktogramm gekennzeichneten Seminare & Themen, für die der Austausch und damit eine Mindestteilnehmerzahl in der Regel besonders wichtig ist. Für **Webseminare** und **Web Based Trainings** gilt der Preis **zzgl. 19 % USt.** Es gelten unsere AGB, www.inw.de/agb

Aus- & Weiterbildung



Helmut Münnich

Vorsitzender des Vorstandes



Volker Tschirch

Geschäftsführender
Vorstand

volker.tschirch@aga.de

KONTAKT
&
BERATUNG



Norbert Guhl

Geschäftsführender
Vorstand



Philipp Krupke

Vorstand



Julie Christiani

Vorstand

julie.christiani@aga.de



Barbara Brenner

Büroleitung INW Hamburg

barbara.brenner@inw.de



Ingrid Zabel

Seminarbetreuung INW Hamburg

ingrid.zabel@inw.de



Maximilian Albrecht

Manager
Digitale Transformation

maximilian.albrecht@aga.de



Isabel Annang

Referentin
Aus- & Weiterbildung

isabel.annang@aga.de



Monika Hasch

Finanzbuchhalterin,
Mitgliedermanagement

monika.hasch@aga.de

VON PROFIS. FÜR PROFIS.

**PLANEN.
ENTSCHEIDEN.
UMSETZEN.**
MIT DONNER & REUSCHEL.

Ihr Ansprechpartner: Jörn Schumann,
Telefon 040 30217-5369



Online-Bestellvolumen VON 3% AUF 30%

Sie möchten wissen, wie der Elektrogroßhändler Zajadacz,
gemeinsam mit der E-Commerce Agentur cgrd,
den E-Commerce-Umsatz signifikant gesteigert hat?

Michael Barz, Leiter Marketing der
Adalbert Zajadacz GmbH & Co. KG

Jetzt Best Practice Case Study anfordern.
www.cgrd.de/bpm



cgrd

Ihr Partner für digitales Lernen

60 Jahre INW – 120 neue Kurse

Bei Buchung eines
Kurses schaltet das INW
den Lernenden für 30 Tage frei.
Bitte beachten Sie unsere
Angebote und Bundles.
Verbandsmitglieder genießen
besondere Vorteile:
www.inw.de/vorteile

Digitale Lernformate nehmen in der betrieblichen und persönlichen Fortbildung eine Hauptrolle ein: schnell bei YouTube nachgeschaut, wie etwas geht, kurz googelt oder ein Webinar besucht. Doch wie stelle ich als Unternehmen sicher, dass die digitale Wissensaneignung meiner Beschäftigten auf dem aktuellsten Stand sowie gut und günstig ist? Besonders für kleine und mittelständische Unternehmen ist diese Frage bei der Fülle von Anbietern und Formaten eine große Herausforderung. Genau aus diesem Grund schlägt

das INW für seine Mitglieder und Kunden die Brücke zwischen bekannten und neuen Lernwegen und Inhalten. Neben unseren Präsenzveranstaltungen bieten wir mit ausgewählten Content-Partnern mehr als 120 neue Online-Kurse in den INW-Themenbereichen an. Inhalte, Lerndauer und Lernlevel richten sich jeweils nach den Anforderungen des Kurses. Gerne beraten wir Sie persönlich bei der Einführung neuer Lernformate.



Kursinhalt
Was genau verbirgt sich hinter dem Begriff „New Work“? Eine neue Form zu arbeiten gewinnt mit der digitalen Transformation eine ganz neue Dynamik. Aber wie neu ist New Work wirklich? Gesprochen wird über neue Arbeitszeitmodelle und flexiblere Arbeitsorte, neue Tools und Techniken, neue Formen der Zusammenarbeit und die Frage nach dem eigentlichen Sinn der Arbeit, die eine Selbst-reflexion einschließt.

Zielgruppe
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Führungskräfte

Methoden
Multimediales E-Learning, Kompetenzaufbau durch Transferaufgaben, Abschlusstest und Checklisten

Lerndauer 90-120 Minuten

Preis 77,35 Euro

Lernziele
Dieses E-Learning-Modul richtet sich an alle Beschäftigten in Unternehmen und Organisationen, die in ihrer Funktion mit der Bearbeitung bzw. Verarbeitung von personenbezogenen Daten konfrontiert sind (z. B. Kunden, Lieferanten, Beschäftigte, etc.). Jeder Beschäftigte wird dadurch befähigt, Datenschutz an seinem Arbeitsplatz und in allen Unternehmensbereichen umzusetzen, sowie Datenschutz-Probleme zu erkennen und schnell und kompetent darauf zu reagieren.

Zielgruppe
Alle Beschäftigten eines Unternehmens oder Organisation, die personenbezogene Daten verarbeiten

Methoden
Multimediales E-Learning, Kompetenzaufbau durch Transferaufgaben, mit Abschlusstest

Lerndauer ca. 45 Minuten

Preis 44,03 Euro

Lernziele
In diesem Web Based Training lernen Sie Mitarbeitergespräche mit Ziel und Struktur zu führen, die richtige Einstellung zum Beschäftigten zu finden und zentrale Kommunikationsregeln einzuhalten. Dieser Kurs hilft Ihnen bei der Vorbereitung und Strukturierung von professionellen Feedback-, Kritik- und Beurteilungsgesprächen. Außerdem lernen Sie, wie Jahres-, Zielvereinbarungs- und Entwicklungsgespräche geführt werden.

Zielgruppe
Führungskräfte, Geschäftsführer, Abteilungsleiter, Personalverantwortliche

Methoden
Schulungsvideos mit Übersichten, Checklisten, Vorlagen, Lernfragen und abschließendem Lerntest

Lerndauer
8 Schulungsvideos à 10 –13 Min. insgesamt ca. 115 Minuten

Preis 77,35 Euro



FÜR DIE ZUKUNFT PLANEN

Ausbildung im Groß- und Außenhandel wird ab 2020 attraktiver

Die Digitalisierung verändert die Geschäftsprozesse im Groß- und Außenhandel. Durch die neuen Arbeitsweisen hat sich auch das Anforderungsprofil der Fachkräfte gewandelt. Diese neuen Kompetenzen sollen zukünftig in die Ausbildung integriert werden. Die Ausbildung wird prozessorientierter und auch Projektarbeit wird fester Bestandteil der Ausbildung. Neben den inhaltlichen Neuerungen wird der Ausbildungsberuf mit der neuen Berufsbezeichnung Kaufmann/Kauffrau im Groß- und Außenhandelsmanagement für junge Menschen attraktiver.

Der AGA Unternehmensverband hat im Neuordnungsverfahren wichtige Impulse gesetzt. Jens Engel, Vorsitzender des AGA-Bildungsausschusses, und Isabel Annang, Referentin für Aus- und Weiterbildung, sind im Verfahren als Sachverständige in die Gestaltung der neuen Ausbildungsordnung eingebunden und haben sich dafür eingesetzt, dass Auszubildende für den digitalen Wandel in den Unternehmen fit gemacht werden. So erlernen Auszubildende ab 2020 beispielsweise die Optimierung und Weiterentwicklung des Online-Auftritts und den Umgang mit Online-Vertriebskanälen.

„Für die Zukunft im Handel ist die Digitalisierung das zentrale Thema. Uns ist es sehr wichtig, dass die Nachwuchsfachkräfte eine entsprechende Ausbildung erhalten, mit der sie unsere Betriebe auch voranbringen können. Es freut uns besonders, dass wir mit der neuen Berufsbildposition ‚Elektronische Geschäftsprozesse (E-Business)‘ eine wirklich zukunftsfähige Berufsausbildung anbieten können“, kommentiert Volker Tschirch, Hauptgeschäftsführer des AGA-Unternehmensverbandes, die Ergebnisse des Verfahrens. Aber auch Nachhaltigkeitsaspekte werden in der neuen

Ausbildungsordnung stärker beachtet und Auszubildende sollen lernen, Nachhaltigkeit in Lieferketten zu berücksichtigen. In der Fachrichtung Großhandel wird ein stärkerer Fokus auf den Umgang mit Retouren gelegt. Und in der Fachrichtung Außenhandel werden neben der Kommunikation in einer Fremdsprache auch internationale Berufskompetenzen vermittelt. Durch die gestreckte Abschlussprüfung wird den Auszubildenden die Vorbereitung auf die Abschlussprüfung erleichtert, da die Ausbildungsinhalte der ersten 15 Monate im ersten Teil geprüft werden und die Ergebnisse in die Abschlussnote einfließen.

Das Berufsbild Kaufmann/Kauffrau im Groß- und Außenhandel wird aktuell neu geordnet. Die neue Ausbildungsordnung tritt zum 1. August 2020 in Kraft.

Ihr Kontakt: isabel.annang@aga.de

INFO

Das ist ab 1. August 2020 neu:

- Der Ausbildungsrahmenplan ist prozessorientiert am Warenwirtschaftsprozess ausgerichtet (Beschaffung, Lager, Distribution).
- Projektarbeit ist fest in den Ausbildungsrahmenplan integriert.
- Elektronische Geschäftsprozesse (E-Business) haben eine eigene Berufsbildposition mit 18 Wochen Ausbildungszeit.
- Auszubildende werden stärker im Bereich Kommunikation geschult.
- Die Abschlussprüfung wird gestreckt.

Mehr Infos: www.aga.de/ausbildung

Die Auswahl von Top-Azubis: Wer passt in mein Unternehmen?



Bundesweit wurden in der Industrie- und Handelsbranche im Jahr 2017 insgesamt 145.998 Ausbildungsverträge vorzeitig aufgelöst. Mehr als ein Drittel der Vertragslösungen erfolgte bereits innerhalb der Probezeit. Für Betriebe ist es schwierig, freigewordene Ausbildungsplätze im Jahr nachzubesetzen, zudem sind Ausbildungsabbrüche mit hohen Kosten verbunden. Auch für die Auszubildenden entstehen durch einen Abbruch Unsicherheiten, denn auch sie haben viel Zeit in die Ausbildung investiert. Deshalb ist es wichtig vorzusorgen, damit es gar nicht erst zu einem Abbruch kommt. Der erste und wichtigste Schritt ist die Auswahl geeigneter Nachwuchsfachkräfte. Denn das Ausbildungsverhältnis muss von beiden Seiten passen.

Der Ausbildungsmarkt ist ein umkämpftes Terrain und geeignete Nachwuchsfachkräfte sind heiß umworben. Freie Ausbildungsplätze mit den passenden Bewerbern zu besetzen ist daher für viele Betriebe eine große Herausforderung. Auch die richtige Auswahl zu treffen, ist nicht immer leicht. Die Kandidatinnen und Kandidaten stehen noch am Beginn ihrer beruflichen Laufbahn und haben in der Regel nicht viel mehr als Schulzeugnisse und Schülerpraktika vorzuweisen. Im besten Fall haben sie zusätzlich Schülerjobs oder ein Freiwilliges Soziales Jahr absolviert. Auf Grundlage der Bewerbungsunterlagen lassen sich zwar die schulischen Grundlagen beurteilen, ob die Bewerberinnen und Bewerber aber die entscheidenden persönlichen Kompetenzen für die Ausbildung mitbringen und zugleich die Motivation sowie Zielstrebigkeit besitzen, die Ausbildung erfolgreich bis zum Ende durchzuführen, ist schwer einzuschätzen. Deshalb gibt es spezielle Online-Einstellungstests, die die

persönlichen Kompetenzen messen und Entwicklungspotenziale aufzeigen können, die für eine erfolgreiche Ausbildung wichtig sind. Diese Tests unterstützen bei der Vorauswahl für die Vorstellungsgespräche.

Die kurze Zeit im Bewerbungsgespräch müssen Ausbilder nutzen, um so viel wie möglich über den Bewerber zu erfahren. Aber auch der Ablauf und die Inhalte der Ausbildung sollten im Gespräch so realistisch wie möglich dargestellt werden. Für die Jugendlichen ist der Wechsel von der Schule in den Ausbildungsalltag im Betrieb eine große Umstellung. Deshalb ist es auch sinnvoll, geeignete Bewerberinnen und Bewerber zu Schnuppertagen einzuladen, damit sie die praktische Arbeit im Betrieb und das Team kennenlernen. Denn wenn Auszubildende vor Beginn ihrer Ausbildung eine möglichst genaue Vorstellung davon haben, was auf sie zukommt, ist die Chance größer, dass die Ausbildung erfolgreich bis zum Ende absolviert wird.

Ihr Kontakt: isabel.annang@aga.de

INFO

Unser Tool für Ihr Recruiting

Der **KompetenzCheck** unterstützt Sie bei der umfassenden Einschätzung der Stärken und des Entwicklungsbedarfs Ihrer Bewerberinnen und Bewerber. Das Analyseverfahren misst die persönlichen Kompetenzen im Vergleich zu erfolgreichen Auszubildenden.

Weitere Infos: www.aga.de/kompetenzcheck



Ein Foto für das Familienalbum: Paulina Henrike Drapatz (M.), Azubi des Nordens 2019 in der Kategorie Dienstleistung, mit ihrer Kollegin Stefanie Kaelcke (I.) und Mutter Julia Drapatz.

Große Bühne für die Besten

Es war ein Nachmittag voller Emotionen: Aufgeregte junge Menschen, stolze Eltern und zufriedene Ausbildungsunternehmen. Die diesjährige Verleihung des Titels Azubi des Nordens durch den AGA Unternehmensverband und das INW – Bildungswerk Nord im Osnabrücker Schloss hatte alles. Hinzu kamen lobende Worte von prominenten Gästen und informative Vorträge.

Begrüßt wurden die rund 140 Gäste vom norddeutschen Entertainer Yared Dibaba, der übrigens ebenfalls eine Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann absolviert hat und die Veranstaltung bereits zum vierten Mal moderierte.



v.l. Dr. Hans Fabian Kruse, AGA-Präsident, Christian Wulff, Bundespräsident a. D., Prof. Dr. Susanne Menzel-Riedl, Präsidentin der Universität Osnabrück, Helmut Münnich, Vorsitzender der Senator Ing. Albert Brickwedde Stiftung

Ein erster Höhepunkt waren die Grußworte vom Bundespräsidenten a. D. Christian Wulff. Direkt an die Gewinnerinnen und Gewinner gerichtet, sagte er: „Ich wünsche Ihnen für Ihr Berufsleben viel Erfolg, auf dass Sie die Kontakte in die Welt vertiefen und dass Sie es als Geschenk betrachten, dass wir so viele Menschen mit Zuwanderungsgeschichte in unserem Land haben. Denn aufgrund der Potenziale und der damit einhergehenden Vielsprachigkeit können wir die Kundenbedürfnisse in der ganzen Welt passgenau befriedigen.“

Informativ wurde es dann mit Jochen Resch vom SINUS-Institut aus Heidelberg, der auf der Veranstaltung exklusiv erste Ergebnisse der vierten SINUS-Jugendstudie vorstellte. Darin hat das Institut herausgearbeitet, welche Kompetenzen die Jugendlichen für die Zukunft als wichtig und relevant halten und welche Erwartungen sie an ihren Beruf und die Unternehmen im Speziellen haben.

Die Hochachtung vor den Leistungen der Azubis des Nordens war auch Kern der Worte von AGA-Präsident Dr. Hans Fabian Kruse: „Sie sind unsere Zukunft, Sie werden Ihren Betrieb – welcher auch immer es später sein wird – nach vorne bringen. Sie sind der Beweis, dass Leistung sich lohnt. Ab jetzt gestalten Sie Ihre und die Zukunft Ihres Arbeit-

gebers. Ich wünsche Ihnen viel Erfolg dabei und Ihren künftigen Arbeitgebern viel Freude mit Ihnen.“

Nach den Grußworten standen dann die Gewinnerinnen und Gewinner gänzlich im Rampenlicht: Eingeführt von einem kurzen Film, wurden die sechs Preisträgerinnen und Preisträger auf der Bühne von Helmut Münnich, Vorsitzender des INW – Bildungswerk Nord und der Senator Ing. Albert Brickwedde Stiftung, für ihre Leistungen mit Urkunde, Trophäe und Geschenk geehrt.

Besonders emotional war die Verleihung des Förderpreises der Sen. Ing. A. Brickwedde Stiftung an Maurice Flamme, der mit Unterstützung der Grone-Bildungszentren Thüringen GmbH in Gotha eine Ausbildung zum Verkäufer absolviert hat. Trotz gesundheitlicher Probleme hat sich Maurice Flamme durch alle Höhen und Tiefen seiner Ausbildung gekämpft und es allen gezeigt. Tief bewegt zeigte sich auch die mit ihm aus Thüringen angereiste Familie. Der seit fünf Jahren verliehene Förderpreis geht an junge Menschen, die besondere Herausforderungen während ihrer Ausbildung bewältigt, herausragendes Engagement gezeigt oder Zusatzqualifikationen erworben haben. Erneut wurde der Förderpreis von der Senator Ing. Albert Brickwedde Stiftung Osnabrück vergeben. Der Preis ist mit 1.500 Euro dotiert und soll eine Investition in zusätzliche Aus- und Weiterbildung ermöglichen.

Noch einmal richtig spannend wurde es zum Schluss der Veranstaltung, als zum zweiten Mal überhaupt der Publikumspreis vergeben wurde. Die drei Finalistinnen hatten sich bereits auf dem Youtube-Kanal des AGA Unternehmensverbandes gegen starke Konkurrenz durchgesetzt und stellten sich dann auf der Veranstaltung dem Live-Voting der Gäste. In einer spannenden Online-Abstimmung konnte sich Svenja Damrath von der AXXO Im- und Export GmbH durchsetzen und erhielt ihre Trophäe.

Nach etwas mehr als zwei Stunden war es geschafft: Die Azubis des Nordens konnten sich entspannen, die Eltern waren noch ein wenig stolzer als zuvor und die Unternehmen genossen die Aufmerksamkeit der anderen Gäste. Noch bis in den frühen Abend saßen alle zusammen, erfreuten sich an dem exzellenten Essen und wussten, dass sie Zeugen eines ganz besonderen Tages gewesen sind.

Die Preisträgerinnen und Preisträger:

Großhandel

Niklas Reibe,
Kaufmann im Groß- und Außenhandel,
Fachrichtung Großhandel,
SUND Holding GmbH + Co. KG, Hamburg

Außenhandel

Sylvia Costa Melzer,
Kauffrau im Groß- und Außenhandel, Fachrichtung
Außenhandel, Betriebswirtin im Außenhandel,
Wollenhaupt Tee GmbH, Reinbek

Dienstleistung

Paulina Henrike Drapatz, Personaldienstleistungs-Kauffrau, Gebäudemanagement
Schleswig-Holstein, Kiel

Einzelhandel

Benjamin Weyer, Kaufmann im Einzelhandel,
toom Baumarkt GmbH, Leer

Förderpreis der Sen. Ing. A. Brickwedde Stiftung

Maurice Flamme, Verkäufer, mit Unterstützung der
Grone-Bildungszentren Thüringen GmbH, Gotha

Sonderpreis für soziales Engagement & Diversity

(spontan gestiftet von der HELM AG)
Fabian Schlich, Medientechnologe Druck,
CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Publikumspreis

Svenja Damrath, Kauffrau im Groß- und Außenhandel, AXXO Im- und Export GmbH, Hamburg



Bild links: Nikodem Jakob Frejno (l.), Gewinner des Vorjahres, sprach mit Moderator Yared Dibaba über seinen Karriere-Boost. Bild rechts: Die Finalistinnen des Publikumspreises - v.l. Lea Jeworutzki, TUI AG, Svenja Damrath, AXXO Im- und Export GmbH, Laura Conradi, Netto Marken-Discount AG & Co. KG.

Danke!

AGA und INW möchten sich stellvertretend bei folgenden Partnern für die wertvolle Unterstützung bedanken: dem OFGA, dem Großhandelsverband im Wirtschaftsbereich Osnabrück-Emsland e.V. (GIWO), der Senator Ing. Albert Brickwedde Stiftung, der IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim und der Neuen Osnabrücker Zeitung. Eine vollständige Liste aller Unterstützer, Fotos, Filme und Informationen finden Sie unter: www.azubi-des-nordens.de.

Von Hamburg nonstop zu rund 130 Zielen



Für eine bessere

Ar**B**e**i**t**S**-
We**L**T.

3 Arbeitgeber-Siegel

5 Jahre Siegel-Erfahrung

35 Unternehmen gehören zur Siegel-Familie

2.050 Beschäftigte & Azubis haben geantwortet

Jobcenter: 2.400 Beschäftigte gaben Feedback

Ausbildungsmarketing neu denken



Das traditionsreiche Handelshaus Jebesen & Jessen ist der erste Ausbildungsbetrieb, der für seine hohe Qualität in der betrieblichen Ausbildung vom AGA rezertifiziert wurde.

In der Speicherstadt geht es noch ruhig zu an diesem Morgen. Aber in den Büroräumen im Hanseatic Trade Center herrscht schon früh geschäftiges Treiben. Beim Außenhändler Jebesen & Jessen ist das Alltag. Diesmal geht es jedoch nicht um Textilien und Rohstoffe, sondern um die Firma selbst: Es ist Audittag. Und selbst wenn man sich seiner Sache sicher ist, ist das ein spannender Tag. Bereits 2017 hatte Jebesen & Jessen sich als anerkannt guter Ausbilder zertifizieren lassen. Bei der Rezertifizierung 2019 macht sich die Zertifizierungsstelle nun selbst ein Bild: „Durch Gespräche mit Geschäftsführung, Ausbildungsabteilung und Azubis werden Veränderungen deutlich“, leitet Dr. Regine Komoß von EUROPA-NOZERT das Audit ein.

Das hanseatische Handelshaus Jebesen & Jessen hat eine aussagekräftige Visitenkarte: Jebesen & Jessen wurde 1909 gegründet und agiert rund um den Globus. Es handelt weltweit mit chemischen Roh- und Zusatzstoffen, designt und produziert Textilien überwiegend für Sport, Freizeit und Beruf und verkauft ein natürliches mineralisches Strahl- und Wasserstrahl-schneidemittel. Allein in Hamburg arbeiten mehr als 200 Angestellte, davon neun Auszubildende.

Doch der Status als erfolgreicher Global Player bringt nicht automatisch Nachwuchskräfte ins Unternehmen. Ausbildungsbetriebe müssen im Personalmarketing neue Wege gehen, um sich von den zahlreichen Wettbewerbern um die neue Fachkräftegeneration abzuheben: „Auch wir stellen unsere Ausbildung stetig

AGA-SIEGEL IN DER PRAXIS



Mit dem organisatorischen Ablauf der Besiegelung war das Unternehmen durchweg zufrieden: „Der Siegelprozess war für uns niedrigschwellig und zeitsparend“, so Graf von der Schulenburg. Das Unternehmen füllte eine Selbstauskunft aus und führte eine anonyme Online-Befragung seiner Auszubildenden/Dual Studierenden durch. Aus beiden Teilen erstellte die unabhängige Zertifizierungsstelle EUROPANOZERT einen Bericht mit Ergebnissen und Handlungsempfehlungen für interne Veränderungsprozesse. AGA-Hauptgeschäftsführer Volker Tschirch überbrachte die Glückwünsche persönlich und verlieh die Urkunde, die seitdem gut sichtbar im Eingangsbereich des Unternehmens hängt. Das Siegel setzt das Unternehmen offensiv im Ausbildungsmarketing auf der Website, in Broschüren und auf Messen ein. Im darauffolgenden Jahr füllte Jebesen & Jessen einen Follow-up-Bogen aus und gab Auskunft über Veränderungen seit der Zertifizierung.



JEBESEN & JESSEN

Jebesen & Jessen nutzt das AGA-Siegel auf der Unternehmenswebsite, um offensives Ausbildungsmarketing zu betreiben.

auf den Prüfstand. Wir müssen und wollen uns weiterentwickeln, um ein attraktives Ausbildungsunternehmen für unsere Azubis und für künftige Bewerber zu sein. Mit Unterstützung des AGA konnten wir dem Thema Ausbildung aus anderer Richtung nochmals Schwung verleihen“, sagt Geschäftsführer Fritz Graf von der Schulenburg, Geschäftsführender Gesellschafter der Jebesen & Jessen Hamburg Gruppe.



Nach Ablauf der zweijährigen Gültigkeit des Siegels entschied sich das Unternehmen 2019 für eine Verlängerung. Neben einer erneuten Bestandsaufnahme liefert die Rezertifizierung darüber hinaus aufschlussreiche Erkenntnisse über die Entwicklung des Unternehmens im zeitlichen Verlauf. Zusätzlich zur Selbstauskunft und zur Beschäftigtenbefragung findet bei der Rezertifizierung ein halbtägiges Audit im Unternehmen durch die Zertifizierungsstelle EUROPANO-ZERT statt. „Das Audit bei der Rezertifizierung bietet einen deutlichen Mehrwert“, sagt Julia Korittki, HR-Assistent

bei Jebesen & Jessen. Ergebnisse werden eingeordnet und Gründe für Veränderungen deutlich. „Der Austausch mit der Auditorin hat uns gezeigt, dass leichte Verschiebung der Werte ins Negative auf eine veränderte Erwartungshaltung der Auszubildenden und nicht auf eine schlechtere Arbeit zurückzuführen sind“, so Korittki weiter.

Ein Blick auf die Benchmark bestätigt das ausgezeichnete Abschneiden von Jebesen & Jessen. Insgesamt haben im AGA-Siegelprozess mehr als 400 Auszubildende/Dual Studierende den standardisierten Fragebogen beantwortet. Daraus erstellt der AGA eine laufend aktualisierte Benchmark. So erfahren Unternehmen, wie sie im Vergleich zu anderen Anerkannt Guten Ausbildern stehen und können ihr Abschneiden noch besser einordnen. Für Jebesen & Jessen hat der AGA alle Ergebnisse ansprechend visualisiert und vor Auszubildenden und Geschäftsführung präsentiert. Das hervorragende Ergebnis will das Unternehmen nutzen, um im Wettbewerb um die Fachkräfte von morgen weiterhin die Nase vorn zu haben: „Das Siegel bestätigt erneut unsere gute und professionelle Ausbildung. Das wollen wir weitere zwei Jahre nach außen zeigen und mit dem Siegel online und offline um Nachwuchskräfte werben“, sagt Fritz Graf von der Schulenburg nach der Rezertifizierung.

Modulares Siegel-Verfahren

Von der Befragung zum Employer Branding

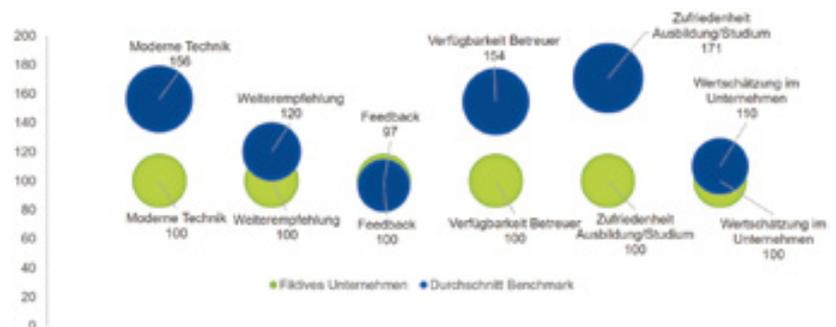


Preise (gültig für 2019):

Standortanalyse und Siegel
Anerkannt Gute Arbeitgeber
oder Siegel Anerkannt
Gute Ausbilder für AGA-Mitglieder
1.390,- €
(alle anderen Unternehmen
1.850,- €)

Aktuelle Preise finden Sie auf
www.aga.de/siegel

Benchmark – Vergleich und Ansporn



Die AGA-Siegel-Familie



**IHRE
KONTAKTE
ZUM AGA-SIEGEL**

julie.christiani@aga.de
carolin.stehr@aga.de
isabel.annang@aga.de

Mehr Infos unter:
www.aga.de/siegel





Branding: Das Markenversprechen einhalten

Eine gezielte Markenführung ist für kleine wie große Unternehmen ein entscheidender Faktor, um dauerhaft attraktiv und erfolgreich zu sein – sowohl für Kunden, aber auch für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Schließlich nimmt der Wettbewerbsdruck im Kampf um gut ausgebildetes Personal in Zukunft weiter zu. Das hat auch Prof. Dr. Verena Batt festgestellt. Bevor sie im September 2019 an die Hochschule Luzern wechselte, forschte die Marketing-Expertin zweieinhalb Jahre am Institute for Management & Organization der Leuphana Universität Lüneburg zum Thema Employer und Internal Branding.

Employer und Internal Branding werden häufig in einen Topf geworfen. Können Sie den Unterschied kurz auf den Punkt bringen?

Prof. Dr. Verena Batt: Beim Employer Branding betrachten wir vor allem die Arbeitgebermarke. Dabei geht es darum, das Unternehmen für potenzielle Bewerberinnen und Bewerber als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren und intern das Arbeitsumfeld

für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu verbessern. Das Internal Branding richtet sich dagegen an die Angestellten, die als Markenbotschafter für die Produkte und Leistungen des Unternehmens auftreten sollen.

Was ist die größte Herausforderung für ein erfolgreiches Employer Branding?

Prof. Dr. Verena Batt: Das hängt natürlich immer von der Branche und vom Unternehmen ab. Aber es müssen immer verstärkt Ressourcen zur Verfügung gestellt werden, um auf die veränderte Erwartungshaltung gerade der jüngeren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingehen zu können.

Versetzen wir uns in die Lage von potenziellen Beschäftigten: Worauf muss das Unternehmen achten?

Prof. Dr. Verena Batt: Ich empfehle, möglichst schon im Bewerbungsgespräch einen Erwartungsabgleich vorzunehmen. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass sich vor allem junge Menschen von großen Markennamen blenden lassen. Hier müssen Unter-



● Prof. Dr. Verena Batt, Marketing-Expertin von der Hochschule Luzern, forscht zu Employer und Internal Branding.

nehmen frühzeitig klarstellen, dass ihre Leistungen, zum Beispiel ein gutes Gehalt, auch gewisse Gegenleistungen, zum Beispiel hohe Einsatzbereitschaft, erfordern. Beide Seiten müssen von vornherein realistisch sein und mehr Verständnis für die Gegenseite mitbringen.

Wir selbst bringen mittlerweile einige Jahre Erfahrung in der Befragung von Beschäftigten und im Employer Branding mit. Gelegentlich werden wir gefragt, ob der Aufwand lohnt.

Was sagt die Wissenschaftlerin: Inwieweit können Zertifizierungen und Arbeitgeber-Siegel insbesondere für den Bewerbungsprozess hilfreich sein?

Prof. Dr. Verena Batt: Aus Marketing-Sicht sind Arbeitgeber-Siegel wichtig, denn sie schaffen Sicherheit, Vertrauen und stärken die Authentizität des Arbeitgebers. Insbesondere wenn das Verfahren der Zertifizierung unabhängig und wissenschaftlich erprobt ist. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sollten aber auch nicht zu blauäugig sein und nur das Siegel betrachten. Schließlich gibt es noch viele weiche bzw. persönliche Faktoren, die für oder gegen ein Unternehmen sprechen können.

Inwieweit bedingen sich Employer Branding und Internal Branding?

Prof. Dr. Verena Batt: Wenn ich mich mit einer Marke identifiziere und mich persönlich für die Marke einsetze, führt das zwangsläufig dazu, dass ich auch gerne im Unternehmen, d. h. beim spezifischen Arbeitgeber, arbeite. Employer und Internal Branding sind also eng miteinander verzahnt. Deshalb ist es wichtig, dass sich ein Unternehmen nicht nur im Employer Branding engagiert, sondern gleichzeitig auch darauf achtet, dass sich die Angestellten mit der Marke identifizieren können.

Wie funktioniert Internal Branding im Dienstleistungsbereich bzw. in Unternehmen, die kein Produkt im klassischen Sinne vermarkten?

Prof. Dr. Verena Batt: Corporate Brand und Arbeitgebermarke sind hier noch enger verbunden, oftmals sogar das gleiche. Kunden kommen bei diesen Unternehmen in erster Linie mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Kontakt – das heißt, in diesen Branchen

sind Mitarbeiter, die als Markenbotschafter auftreten, besonders wichtig. Außerdem kann eine Materialisierung des Umfeldes etwas Greifbares schaffen – sowohl für Kunden als auch für Mitarbeiter. Top ausgestattete Büros, Urkunden oder Siegel sind zum Beispiel solche Materialisierungen, die Vertrauen schaffen.

Welche Faktoren führen dazu, dass sich Beschäftigte mit ihrem Unternehmen und den Produkten identifizieren?

Prof. Dr. Verena Batt: Grundsätzlich braucht es immer eine angemessene Bezahlung und eine für die Mitarbeiterin bzw. den Mitarbeiter inhaltlich interessante Tätigkeit. Was dann eine Begeisterung ausmacht, sind spezifische, für den Mitarbeiter attraktive Markenwerte, für die das Unternehmen steht, die es aber auch leben muss. Je größer das Unternehmen ist, desto schwieriger wird das. Schließlich ist auch die interne Kommunikation wichtig. Das Markenwissen muss gut vermittelt werden, um alle Angestellten mitzunehmen und sie dadurch zu Markenbotschaftern aufzubauen.

Wie können Employer und Internal Branding dabei helfen, Wachstum und Umsätze zu generieren?

Prof. Dr. Verena Batt: „Das Personal ist die Schnittstelle zu den Kunden – im Handel und bei Serviceunternehmen, aber auch im privaten Umfeld oder über Social-Media-Kanäle. Entsprechend relevant ist es, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Marken- und Unternehmenswerte leben. Das wiederum stärkt die Loyalität der Kunden und beeinflusst schließlich das Kaufverhalten. Investitionen sind hier also zwingend notwendig, damit Unternehmen wettbewerbsfähig bleiben.“

hamburg.business-on.de
Das regionale Wirtschaftsportal

MACHEN SIE HIER FEST!

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen im Umfeld unserer redaktionellen Wirtschaftsnews.

- Content-Marketing
- Advertorials und redaktionelle Anzeigen
- Online-Banner
- Videos

Wir beraten Sie gern
Tel. 04101 835 49 60
hamburg@business-on.de



Führungskultur: AGA und Jobcenter befragen 2.400 Beschäftigte

„Auf die Aussagen meines Chefs kann ich mich nicht verlassen.“ Oder: „Meine Führungskraft vertraut mir nicht und kontrolliert meine Arbeitsschritte.“ Missmut über Vorgesetzte kommt im Austausch unter Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nicht selten vor. Doch wie erfährt eine Führungskraft davon, um den eigenen Führungsstil zu reflektieren? Ein Weg ist ein Führungskräftefeedback. Dazu bedarf es einer gewissenhaften Vorbereitung und des Mutes, bisherige Arbeitsabläufe zu überdenken und neue Wege zu gehen. Die Kooperation zwischen Jobcenter team.arbeit.hamburg und der AGA Service GmbH hat genau das gezeigt.

Vor dem Hintergrund des Employer-Branding-Marketings rund um das AGA-Siegel Anerkannt Gute Arbeitgeber kam es bereits Anfang 2018 zu ersten Gesprächen mit dem Jobcenter, aus denen ein kom-

plexes Projekt entstanden ist. Ziel des Jobcenters war es, sein Feedback-Verfahren für Führungskräfte an allen Hamburger Standorten zu digitalisieren und die Auswertung auszuweiten. „Mit der Online-Befragung gehen wir mit der Zeit. Alle Kolleginnen und Kollegen sollten unkompliziert und ohne großen zeitlichen Aufwand ihr Feedback abgeben können“, sagt Oliver H. Weiße, stellvertretender Geschäftsführer von Jobcenter team.arbeit.hamburg.

Für beide Partner war es eine Premiere: ein Feedback für alle Führungskräfte im Jobcenter gab es bereits 2015. Damals fand die Befragung auf Papierbögen statt. Die Neuauflage 2019 erfolgte online. Unterstützung kam vom AGA, der mit seiner langjährigen Expertise zu Umfragen und seiner Siegel-Familie das Sonderprojekt erstmals begleitete. Für den AGA war nicht die Befragung Neuland, sondern

vielmehr die Komplexität des Projektes. Und auch die Größe der Organisation eine Herausforderung.

Der Schlüssel zum erfolgreichen Projekt war die intensive Kommunikation beider Partner. In der einjährigen Vorbereitung haben das Jobcenter und der AGA den Umgang mit dem Fragebogen abgestimmt, gemeinsam einen Workflow erstellt, Pre-Tests durchgeführt und datenschutzkonforme Versandmethoden geprüft. „Für uns war es besonders wichtig, dass alle Kolleginnen und Kollegen Vertrauen in die Befragung haben können“, resümiert Kristine Kaiser, die als Personalvertreterin im Jobcenter gemeinsam mit der Geschäftsführung das Feedback inhaltlich betreute. Die Teilnahmequote spiegelt dies wider. „Wir erhoffen uns einige neue Impulse für die Weiterentwicklung der Führungskultur in unserer Organisation.“ Dafür hat das Jobcenter seinen Führungskräften auch externe Trainer an die Seite gestellt, um die richtigen Schlüsse aus den Feedbacks zu ziehen – ein Coaching-Angebot, das bei einem komplexen und sensiblen Feedback-Verfahren unerlässlich ist.

www.aga.de/employerbranding
julie.christiani@aga.de
carolin.stehr@aga.de



Das Jobcenter team.arbeit.hamburg

und der gemeinsame Arbeitgeber-Service beschäftigen an mehreren Standorten in Hamburg rund 2.400 Beschäftigte, die im Frühjahr 2019 dazu aufgerufen waren, ihren jeweiligen Vorgesetzten ein Feedback zu geben. Die AGA Service GmbH mit dem Leistungsbereich Studien & Employer Branding war hier technischer Sparringspartner und hat gemeinsam mit dem Team des Jobcenters einen komplexen Workflow entwickelt, getestet und erfolgreich durchgeführt.

**Clever leasen
statt teuer kaufen:
Dein Wunschbike
für Arbeit
und Freizeit!**

**Starterkit gleich anfordern:
info@bikeleasing.de**

**im Durchschnitt
37%
ERSPARNIS
gegenüber Barkauf!**

BIKELEASING.de

QR-Code scannen
und entdecken.

AGA-Studien: Wirtschaft

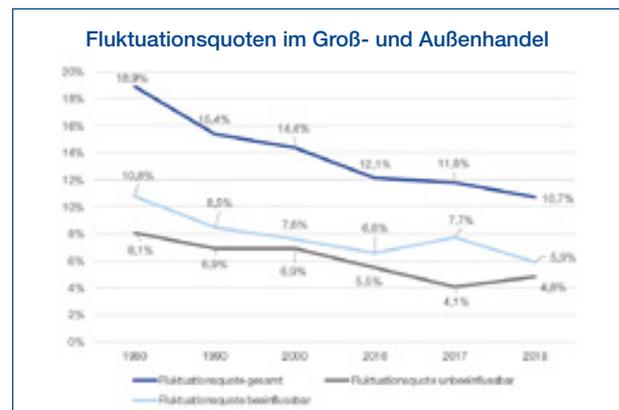
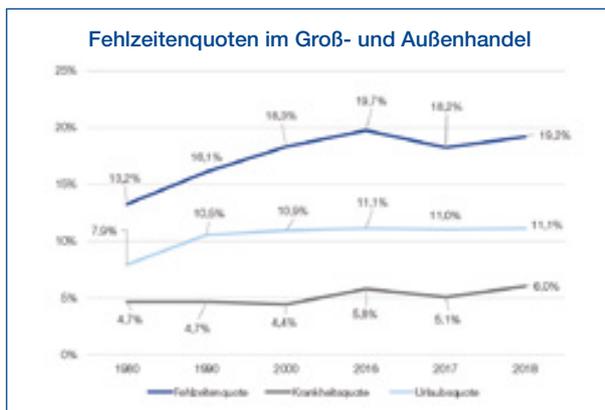
Vertrauen

Wir haben bei Unternehmern und Beschäftigten nachgefragt, worauf Vertrauen in einer Firma basiert.



Fehlzeiten und Fluktuation

Jährlich erheben wir Angaben zu Fehlzeiten und Fluktuation in Handel und Dienstleistung.



Wirtschaftstest für Handel und Dienstleistung

Einmal im Quartal befragen wir Händler und Dienstleister zu Lage und Perspektiven. Neben der Konjunktur geben wechselnde Zusatzfragen zu den Themen Investitionen, Ausbildung oder Fachkräften einen umfassenden Überblick zur Branche.



Weitere Infos zu unseren Umfragen: julie.christiani@aga.de, carolin.stehr@aga.de, www.aga.de/studien

Wer **A** sagt,
muss auch **gA** sagen.

3.500 Mitgliedsunternehmen mit 150.000 Beschäftigten
7 Bundesländer
40 Beschäftigte
40 ChefBriefe
1 Verband

Europa muss politischer werden

30.
EUROPA-
ABEND
MIT OLAF
SCHOLZ



● AGA-Präsident Dr. Hans Fabian Kruse (v.l.), Bundesfinanzminister Olaf Scholz, AGA-Hauptgeschäftsführer Volker Tschirch im Hamburger Rathaus

Zum 30. Mal feierte der AGA Unternehmensverband am 3. Juni 2019 seinen EuropaAbend. Auf Einladung des Ersten Bürgermeisters der Freien und Hansestadt Hamburg, Dr. Peter Tschentscher, wurde das Jubiläum mit einem Senatsempfang im Großen Festsaal des Hamburger Rathauses begangen. Vor mehr als 600 Unternehmern, Repräsentanten des konsularischen Korps, der Verwaltung, Politik und Medien hielt Vizekanzler und Bundesminister der Finanzen, Olaf Scholz, seine Festrede.

Nach 447 Tagen kehrte der ehemalige Hamburger Bürgermeister in sein „Wohnzimmer“ am Rathausmarkt 1 zurück – als Festredner beim 30. EuropaAbend des AGA Unternehmensverbandes. Seine Forderung: „Europa muss politischer werden.“ Dann gelänge es auch, die europäischen Fragen und Debatten zu den Bürgerinnen und Bürgern zu bringen: „Die EU muss Antworten auf die Herausforderungen dieser Zeit geben. Die Herausforderungen sind neben der Handelspolitik die innere und äußere Sicherheit genauso wie soziale Sicherheit, der Umwelt- und Klimaschutz, eine angemessene Besteuerung internationaler Konzerne, der Umgang mit Fluchtmigration, Globalisierung und Digitalisierung.“

Scholz bezeichnete Europa als das wichtigste nationale Anliegen, denn nur in einer starken Gemeinschaft könne Deutschland im internationalen Wettbewerb bestehen. „Die Überwindung der Euro-Krise hat gezeigt, dass Europa in der Lage ist, zusammenzustehen.“

In die gleiche Kerbe schlug Bürgermeister Dr. Peter Tschentscher in seinem Grußwort: „Zwischen den großen Mächten China, Russland und den USA können sich einzelne Länder Europas mit ihren Interessen allein nicht behaupten.“ Erst die Europäische Union mit über 500 Millionen Menschen gäbe die Stärke, Einfluss zu nehmen, und auf Augenhöhe mit anderen auf der Welt zu verhandeln.



Der 30. EuropaAbend 2019 war eng eingebunden in die Rotary International Convention. Die rotarische Jahrestagung war 2019 zu Gast in der Hansestadt. Zahlreiche Rotarierinnen und Rotarier besuchten die Veranstaltung im Rathaus.

„Für eine internationale Stadt wie Hamburg ist das von großer Bedeutung. Die Herausforderungen der Zukunft in der Digitalisierung, dem Klimaschutz und der Demokratie können wir nur bewältigen, wenn wir in Europa gemeinsam handeln“, fuhr Dr. Peter Tschentscher fort.

Der Bürgermeister zeigte sich angesichts der hohen Wahlbeteiligung bei der Europawahl eine gute Woche zuvor zufrieden: „Das zeigt, dass unsere Bürgerinnen und Bürger die Politik auf europäischer Ebene ernst nehmen. Freiheit im Internet, gerechte Besteuerung internationaler Konzerne, faire Arbeitsbedingungen und Handelsbeziehungen – das alles können wir nur gemeinsam mit anderen in Europa erreichen.“



● Dr. Peter Tschentscher, Erster Bürgermeister der Freien Hansestadt Hamburg

Die Ergebnisse der Europawahl griff auch AGA-Präsident Dr. Hans Fabian Kruse in seiner Rede auf. Er fragte: „Was tun wir gegen falsche Vereinfachungen und gegen das Schüren diffuser Ängste?“ Seine Antwort: „Volksparteien, Familien, Schulen, wir alle dürfen die Politisierung der jungen Menschen nicht Bloggern und YouTube überlassen.“

Darüber hinaus unterstrich Dr. Kruse die Errungenschaften der Europäischen Union: „Der seit 70 Jahren währende Frieden lässt uns unsere Freiheit richtig genießen. Aber Freiheit ist auch mit Verantwortung gekoppelt – Freiheit und Verantwortung sind Geschwister. Und nur wer frei ist, kann Verantwortung tragen. Unsere Verantwortung ist es, für die Freiheit in Europa einzustehen, für die Rechte und Pflichten, die

uns gegeben wurden. Eine ungebundene Freiheit, in der wir die Rechte genießen, die Pflichten aber ablehnen, wird scheitern.“

Für die musikalischen Höhepunkte sorgte während der Veranstaltung die Hamburger Camerata, die mit der Orchestersuite „Hamburger Ebb’ und Fluth“ von Georg Philipp Telemann und der Jugendsinfonie Nr. 10, h-Moll von Felix Mendelssohn Bartholdy das Publikum begeisterte.



Zum Abschluss lobte Dr. Cornel Wisskirchen von der Deutschen Bank, die erneut den **EuropaAbend** unterstützte, die Leistung des AGA-Teams: „30 Jahre **EuropaAbend**, 30 beeindruckende Veranstaltungen. Immer wieder gelingt es dem AGA Unternehmensverband, dieses Event perfekt vorzubereiten und durchzuführen. Ich erlebe, dass hier wirkliche Europäer am Werk sind. Und ich habe das sichere Gefühl, dass der Verband noch ausreichend Ideen für 30 weitere **EuropaAbende** im Köcher hat. Mein besonderer Dank gilt AGA-Hauptgeschäftsführer Volker Tschirch und seinem großartigen Team.“

Viele der 600 Gäste blieben auch nach den Reden in den Festsälen des Rathauses, um sich bei einem Glas Wein und feinen Speisen über die Zukunft Europas auszutauschen.

Der 30. **EuropaAbend** des AGA wurde von der Deutschen Bank als Hauptsponsor unterstützt.

Deutsche Bank   30. **EuropaAbend**



BILDER DES JAHRES 2019



Veranstaltungen:

- 1 Neu gewählt: Das AGA-Präsidium auf der Mitgliederversammlung am 29. Januar 2019
- 2 Messe Einstieg Hamburg am 22. Februar 2019
- 3 10. Norddeutscher Großhandelstag am 3. April 2019
- 4 Benefizveranstaltung bei den Hamburg Towers am 12. Juni 2019
- 5 **Politik**Zeit mit Senator Michael Westhagemann am 20. August 2019
- 6 HR.Camp am 6. September 2019
- 7 NEXT Conference am 20. September 2019
- 8 Azubi des Nordens am 23. Oktober 2019 in Osnabrück





Mehr als nur eine Auszeichnung

Wirtschaftspreise gibt es viele: Auszeichnungen, bei denen es mehr oder weniger Geld zu gewinnen gibt, eine festliche Übergabe, glückliche Gewinner. Das alles hat auch der Gunnar-Uldall-Wirtschaftspreis, der in Gedenken an den 2017 verstorbenen ehemaligen Hamburger Senator jährlich vergeben wird. Doch wenn man genauer hinschaut, dann ist er doch viel mehr als nur eine weitere Auszeichnung.

„Es gibt nicht nur 10.000 Euro für den Sieg. Das hochkarätig besetzte Kuratorium unterstützt die Gewinner auch darüber hinaus – es vermittelt Kontakte und gibt Ratschläge, die wirklich weiterhelfen“, sagt Wilhelm

Bei der ersten Ausgabe des Wirtschaftspreises 2019 hatte das Hamburger Start-up-Unternehmen Appinio gewonnen und konnte die Konkurrenten Jetlite und LignoPure auf die Plätze verweisen. Die Auszeichnung war auf der Jahrestagung des AGA im Januar 2019 ausgehändigt worden. „Wir waren sehr begeistert von den Kandidaten. Die jungen Leute waren so euphorisch, das war fast ansteckend“, erinnert sich Alms. Hauke Uldall sieht das ähnlich: „Meinem Vater hätten die Gewinner gefallen.“

GUNNAR ULDALL _____
WIRTSCHAFTSPREIS

Hauke Uldall



- Hauke Uldall und Wilhelm Alms setzen sich als Mitglieder des Kuratoriums dafür ein, dass der Gunnar-Uldall-Wirtschaftspreis an Personen, Unternehmen und Institutionen geht, die in herausragendem Maße im Sinne der Sozialen Marktwirtschaft handeln.

Alms, Consultant und Vorsitzender des Kuratoriums. Aber der Preis will noch mehr: „Wir fragen uns immer: Wie wäre Gunnar Uldall mit diesen Jungunternehmern umgegangen? Er war immer respektvoll, nicht nach einem klugen Schnack gleich wieder weg, sondern hat sich gekümmert“, so Alms. Dazu gehört auch, dass Charaktereigenschaften, die Gunnar Uldall verkörperte – Fairness, Verlässlichkeit, Hartnäckigkeit, Optimismus oder Risikobereitschaft – tradiert werden. „Wir sind fest davon überzeugt, dass diese Werte auch heute noch hochmodern sind“, sagt Hauke Uldall, Sohn von Gunnar Uldall und Mitglied des Kuratoriums.

Und so sollen auch in den kommenden Jahren mutige unternehmerische Persönlichkeiten mit einer nachhaltig tragfähigen Geschäftsidee ausgezeichnet werden, die in herausragendem Maße im Sinne der Sozialen Marktwirtschaft handeln. Ganz im Sinne von Gunnar Uldall, dessen unerschütterlicher Optimismus heute an vielen Stellen fehlt. Zu seinem Gedenken hat ein Zusammenschluss von engen Freunden und politischen Weggefährten den Wirtschaftspreis ausgeschrieben. „Ziel ist es, von Jahr zu Jahr mehr Aufmerksamkeit zu erregen und dadurch immer mehr interessante Bewerbungen zu bekommen“, so Alms.

Mehr Informationen zum Preis und der Ausschreibung finden Sie hier: www.gunnar-uldall-wirtschaftspreis.de



Großkundenkonditionen für kleine Unternehmen

Kleine und mittelgroße Unternehmen in der Metropolregion Hamburg können ihren Mitarbeitern über die AGA Service GmbH das **ProfiTicket**, das Job-Ticket des HVV, zu den günstigen Bedingungen eines Großkundenabonnements anbieten. Möglich wird dies durch ein Kooperationsabkommen zwischen dem HVV und dem AGA.

Voraussetzung für den Bezug des HVV-**ProfiTickets** des AGA ist, dass mindestens 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Unternehmens das Ticket nutzen. Üblicherweise muss ein Großkunde mindestens 100 Karten abnehmen. Als weitere Voraussetzung muss der Arbeitgeber ab 2020 einen Fahrgeldzuschuss von 14,52 Euro sowie eine geringe Servicepauschale pro Monat und Karte leisten. Mit dem **ProfiTicket** bieten Unternehmen ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, preiswert öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen und so einen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz zu leisten.

Das engagierte Team vom **ProfiTicket**-Service kümmert sich um die Abwicklung. Damit entlastet der AGA die Unternehmen von zusätzlichem bürokratischen Aufwand.

● Das **ProfiTicket**-Team: v. l. Henri Pose, Melanie Hepke, Alexander Jahns, Birgit Will, Esther Stolte



Die Vorteile des ProfiTickets auf einen Blick:

Tschüss Stress. Das **ProfiTicket** spart Zeit und schont die Nerven. Ab jetzt heißt es: immer entspannt zur Arbeit und zurück. Dazu kommt jeden Tag das gute Gefühl, aktiv etwas für die Umwelt zu tun.

Nonstop gültig. Arbeitnehmer profitieren vom **ProfiTicket** nicht nur im Job – es gilt auch in der Freizeit. Sieben Tage in der Woche, rund um die Uhr! Am Wochenende (samstags 0:00 Uhr bis sonntags Betriebschluss) und an Feiertagen können Sie sogar einen Erwachsenen sowie drei Kinder bis 14 Jahre kostenlos im gesamten HVV-Bereich mitnehmen.

Einfach bequem. Das **ProfiTicket** wird üblicherweise in der Personalabteilung Ihres Unternehmens ausgegeben. Bei der Verwaltung werden Sie unterstützt vom Team des **ProfiTicket**-Service des AGA. Die monatlich zu zahlenden Kosten für das Ticket werden einfach vom Gehalt abgezogen. Die Karte ist sofort ab der Ausgabe gültig. Ein Passbild ist nicht erforderlich, aber ein gültiger Lichtbildausweis muss immer mitgeführt werden.

Einfach vorbildlich. Das kostengünstige **ProfiTicket** ist ein wertvoller Baustein für das Personalmarketing und zur Motivation der Mitarbeiter. Es entlastet die Parkplatzsituation und spart Parkplatzgebühren. Jedes Unternehmen mit **ProfiTicket** präsentiert sich als Arbeitgeber, der sich der Verantwortung zur Schonung der Umwelt stellt.

Rufen Sie uns einfach an!
Melanie Hepke
Telefon: 040 30801-157
melanie.hepke@aga.de

AGA Service GmbH
Kurze Mühren 1
20095 Hamburg
service@aga.de
www.aga.de/profiticket

WIR
BEWEGEN
DEN
NORDEN

GVH-JobCard des AGA: Großkundenvorteile schon ab der ersten Karte



● Belinda Blech (links) und Ruth Poller beraten Sie gerne.

Die **JobCard** ist ein SammelBestellerAbo des GroßraumVerkehr Hannover (GVH) für kleine und mittlere Firmen, sie wird über die AGA Service GmbH vertrieben. Der attraktive Rabatt auf Abonnements im öffentlichen Nahverkehr wird sonst nur Unternehmen gewährt, die mindestens 50 Karten abnehmen. Mit der 2015 eingeführten **JobCard** (MobilCard) können Betriebe nun schon ab zehn Karten profitieren.

Unternehmen können die **JobCard** für Ihre Beschäftigten mit und ohne Fahrgeldzuschuss bestellen. Auch ohne Unterstützung des Betriebs ist die **JobCard** in jedem Fall günstiger als das private Abonnement. Bei der Abwicklung hilft das engagierte AGA-**JobCard**-Team. Die Vorteile liegen auf der Hand: Durch die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter klimafreundlich unterwegs und kommen entspannt zur Arbeit. Im Betrieb sorgt die **JobCard** als zusätzliche Leistung für gute Stimmung und Motivation.

Die **JobCard** ist personengebunden und gilt ganztägig in den gewählten Zonen in Stadtbahnen, Bussen, Nahverkehrszügen sowie S-Bahnen. Montags bis freitags ab 19 Uhr sowie ganztägig am Wochenende und an Feiertagen können vom **JobCard**-Inhaber ein Erwachsener und bis zu drei Kinder unter 18 Jahren kostenfrei mitgenommen werden. Darüber hinaus gibt es die **JobCard** auch für die 1. Klasse im Zug.

7

gute Gründe
für die JobCard

Vorteile für den Arbeitgeber:

- Stärkung der Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung
- Imagegewinn und höhere Attraktivität Ihres Unternehmens für Bewerber
- Kostengünstiger Beitrag zum Klimaschutz
- Steuervorteile

Vorteile für Arbeitnehmer:

- Bis zu 35 Prozent Ersparnis gegenüber der GVH MobilCard im Einzelverkauf
- Stau- und stressfrei zur Arbeit
- Mobilität jeden Tag – auch in der Freizeit und in der Gruppe durch kostenlose Mitnahme von Familienmitgliedern und Freunden



Antworten, Informationen und Unterstützung bietet das JobCard-Team der AGA Service GmbH.

Belinda Blech
Tel.: 0511 336512-171
belinda.blech@aga.de

Ruth Poller
Tel.: 0511 336512-173
ruth.poller@aga.de

AGA Service GmbH
Königstraße 9 · 30175 Hannover
jobcard@aga.de
www.jobcard-hannover.de

GVH | Unterwegs
im Leben

Kooperationspartner:



Sammel-
bestellungen
schon
ab 10
Personen

Die GVH JobCard

Kleine Gruppe – großer Vorteil!

Mit Bus und Bahn zur Arbeit – in drei Schritten zur JobCard.
Alle Informationen dazu finden Sie im Internet unter:

www.jobcard-hannover.de

gvh.de



TeamMittelstand

VERSICHERUNGSKONZEPTE

VGA

Die VGA managt Ihre betrieblichen Risiken und zeigt, in welchen Bereichen sich eine Versicherung wirklich lohnt. Sie profitieren von exklusiven Rahmenvereinbarungen und partnerschaftlicher Beratung mit fundierten Branchenkenntnissen.

Sonderkonditionen in der betrieblichen Absicherung



www.vga.de

STEUERBERATUNG UND WIRTSCHAFTSPRÜFUNG

Schomerus & Partner

Entdecken Sie Potenziale und planen Sie rechtzeitig steuerrelevante Themen. Die Beraterinnen und Berater von SCHOMERUS spüren Gestaltungsmöglichkeiten für Ihr Unternehmen auf und minimieren Ihre steuerlichen Risiken. Auch bei der Finanz- und Lohnbuchführung sowie der Erstellung von Jahresabschlüssen werden Sie vollumfänglich und auf Wunsch digital unterstützt.

Kostenlose telefonische Erstberatung



www.schomerus.de

PRAXISNAHE WEITERBILDUNG

INW – Bildungswerk Nord

Weiterbildung ist der Schlüssel zu hochqualifizierten und gleichzeitig zufriedenen Beschäftigten. Das Bildungswerk bietet Seminare und Online-Angebote speziell für KMU an. Auch individuelle Inhouse-Schulungen werden gerne zusammengestellt.

Präsenz, Inhouse, WBT, Webinare, Videocontent



www.inw.de

PARTNER IM WIRTSCHAFTSRECHT

SKW Schwarz Rechtsanwälte

Im Arbeitsrecht ist der AGA Ihr Experte – im nationalen/internationalen Wirtschaftsrecht ist es unsere Partnerkanzlei SKW Schwarz, die von JUVE zu den Top-50-Kanzleien gezählt wird. Rechtsstreit mit in- und ausländischen Vertragspartnern, Vertrags-, Gesellschafts- und Kartellrecht – SKW Schwarz bietet AGA-Mitgliedern juristische Expertise zu vergünstigten Konditionen.

Kostenlose telefonische Erstberatung



www.skwschwarz.de

HANDELS- UND IMMOBILIENRECHT

Kärgel de Maizière & Partner

Für Unternehmen jeder Größe, insbesondere in den ostdeutschen Bundesländern, bietet Kärgel de Maizière & Partner persönliche Beratung u. a. im Handels-/Gesellschaftsrecht sowie Immobilienrecht. Der Blick für das wirtschaftlich Wesentliche steht im Fokus. Das ELF-Netzwerk ermöglicht zudem auch eine europaweite Betreuung.

Kostenlose telefonische Erstberatung

KÄRGEL DE MAIZIÈRE & PARTNER
Rechtsanwälte

www.kaergel.com

HOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT

NORDAKADEMIE

Der beste Nachwuchs kommt aus den eigenen Reihen: Unternehmen können mit der NORDAKADEMIE in fünf dualen Bachelorstudiengängen maßgeschneiderte Fachkräfte ausbilden sowie Mitarbeitende mit einem berufsbegleitenden Masterstudium oder fachspezifischen Kursen fördern und langfristig an sich binden.

Dualer Bachelor, berufsbegleitender Master, Promotionsprogramm



www.nordakademie.de

TeamMittelstand

Unternehmerinnen und Unternehmer sind täglich vielfältig gefordert. Die zu lösenden Aufgaben können auch über das breite Leistungsspektrum des AGA hinausgehen. In Bereichen, in denen der AGA selbst keine Angebote macht, lässt er seine Mitglieder dennoch nicht allein.

Im Expertennetzwerk **TeamMittelstand** erwarten Sie umfassende weitere Beratungsleistungen und attraktive Konditionen sowie kostenfreie Erstberatungen.

ENTLASTUNG FÜR DIE PERSONALABTEILUNG

relog

Nutzen Sie die Vorteile des Outsourcings der Lohnbuchhaltung. relog ist seit über 40 Jahren Spezialist für Dienstleistungen rund um Lohn und Gehalt. 7.000 Firmen nutzen bundesweit den relog Service. relog erstellt Ihre laufenden Lohn- und Gehaltsabrechnungen. Sie sparen Kosten und gewinnen Zeit für Ihr Kerngeschäft.

Sonderkonditionen für AGA-Mitglieder



www.relog.de

JOB-TICKETS

ProfiTicket/JobCard

Machen Sie Ihre Beschäftigten mobil. Mit einem Job-Ticket kommen Ihre Beschäftigten entspannt zur Arbeit und tun gleichzeitig etwas für die Umwelt. Über einen Zuschuss können Unternehmer darüber hinaus Wertschätzung zeigen und steuerliche Vorteile nutzen.

HVV-**ProfiTicket** für Hamburg,
GVH-**JobCard** für Hannover



www.aga.de/jobtickets

AKADEMISCHE WEITERBILDUNG

FOM

Gemeinsam gegen den Fachkräftemangel: Bieten Sie dem Nachwuchs eine duale Ausbildung mit Studium an oder unterstützen Sie ein berufsbegleitendes Studium, um sich für Fach- und Führungsaufgaben zu qualifizieren: praxisnah an einem der 29 Hochschulzentren der FOM Hochschule.

Ausbildungs- und berufsbegleitende Studiengänge



www.fom.de

E-COMMERCE-EXPERTE

cgrd GmbH

Der Online-Shop ist aus dem Handel nicht mehr wegzudenken. Aber richtig erfolgreich sind Online-Shops erst, wenn sie mehr können, als nur Produkte verkaufen. cgrd zeigt Ihnen, wie Sie mit Ihrem Shop Mehrwerte schaffen sowie Kunden gewinnen und binden.

Kostenlose Analyse des bestehenden Shops

www.cgrd.de



DIGITALISIERUNG FÜR DEN HANDEL

giftGRÜN GmbH Digitalagentur

Haben Sie bereits Digitalisierungsprojekte gestartet oder haben Sie dies vor? Dann ist giftGRÜN Ihr Partner im **TeamMittelstand**. Von der Internetseite über Content-Marketing-Strategien bis hin zu Individualentwicklungen bietet giftGRÜN Dienstleistungen an.

Kostenloser Digitalisierungs-Check

www.giftgruen.com



OBST FÜRS BÜRO

BIOBOB

Der Obstlieferservice beliefert die Hamburger Wirtschaft mit wöchentlich wechselnden Bio-Obstmischungen, Gemüse, Nüssen u. v. m. BIOBOB ist ein flexibler Partner für Gesundheitstage, Obst-Präsente, Snack-Tütchen und Promo-Aktionen.

Sonderkonditionen für AGA-Mitglieder

www.biobob.com



OPTIMAL VORGESORGT

AGA Versorgungswerk

Betriebliche Vorsorge ist wichtiger denn je. Neben der zusätzlichen Absicherung entwickelt sie sich zu einem Wettbewerbsfaktor zur Gewinnung und zur Bindung von Fachkräften.

Großkundenkonditionen und fachlich unabhängige Beratung

www.aga-versorgungswerk.de



Partnerschaften zum Vorteil der Mitglieder

Der AGA Unternehmensverband baut innerhalb Norddeutschlands und weit darüber hinaus Kooperationen und Partnerschaften zum Nutzen seiner Mitglieder auf. Am Standort Hamburg unterstützen sich unter einem Dach mit dem AGA das INW – Bildungswerk Nord, der Einzelhandelsverband VMG Nord, der Wirtschaftsverband für Handelsvermittlung und Vertrieb CDH sowie der Bundesarbeitgeberverband der Personaldienstleister BAP.

Auch an den weiteren Standorten in Bremen, Hannover, Kiel, Lübeck und Rostock bestehen enge Verbindungen zu norddeutschen Verbänden wie UV Nord, UVN und VUMV sowie in ganz Norddeutschland zu den Industrie- und Handelskammern sowie Wirtschaftsinstituten. In Magdeburg sitzt der Partnerverband LVGA (lvga.aga.de), in Osnabrück besteht eine enge Zusammenarbeit mit dem GIWO (giwo.aga.de). Durch die wechselseitige Unterstützung profitieren die Mitgliedsunternehmen aller Verbände durch die Beratungen vor Ort und in den Spitzenverbänden in Berlin und Brüssel.

STARK VERNETZT

BAYERN

- Bundesagentur für Arbeit
- iap – Institut für Arbeit & Personal der FOM
- ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e.V.

HESSEN

- Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V.
- KfW Bankengruppe
- M.I.T e-Solutions GmbH
- RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V.

BERLIN/ BRANDEN- BURG

- BDA | Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände
- Bitkom-Akademie
- Blinks Labs GmbH
- Bundesarbeitgeberverband der Personaldienstleister e.V. (BAP)
- Bund der Steuerzahler Deutschland e.V. sowie Landesverbände
- Bundesverband Deutscher Dienstleistungsunternehmen e.V.
- Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e.V.
- Deutscher Bundestag und Bundesministerien
- EUROPANOZERT Zertifizierungen und Schulungen GmbH
- Handelsverband Deutschland - HDE e.V.
- Landesverband des Groß- und Außenhandels von Berlin-Brandenburg e.V. (LGA)

NIEDER- SACHSEN

- Arbeitgeberverband Region Braunschweig e.V. (AGV)
- Creditreform Hannover-Celle Bissel KG
- Großhandels- und Dienstleistungsverband Braunschweig e.V. (GDV)
- Großhandelsverband im Wirtschaftsbereich Osnabrück-Emsland e.V. (GIWO)
- Osnabrücker Förderverein für den Groß- und Außenhandel (OFGA) e. V.
- Niedersächsische Bürgschaftsbank (NBB) GmbH
- Prozubi GmbH
- relog-lohn GmbH
- Senator Ing. Albert Brickwedde Stiftung
- Sozietät Dr. Gröne & Cramer

SACHSEN- ANHALT

- Landesverband Großhandel – Außenhandel – Dienstleistungen Sachsen-Anhalt e.V. (LVGA)
- Bürgschaftsbank Sachsen-Anhalt GmbH
- Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
- Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände Sachsen-Anhalt e. V.

BREMEN

- Bremer Institut für Handel und Verkehr e.V. (BIHV)
- Die Unternehmensverbände im Lande Bremen e.V.
- Universität Bremen

MECKLENBURG- VORPOMMERN

- Agentur für Arbeit Rostock
- Bürgschaftsbank Mecklenburg-Vorpommern GmbH
- Vereinigung der Unternehmensverbände für Mecklenburg-Vorpommern e.V. (VUMV)

NORDRHEIN- WESTFALEN

- AWA AUSSEN-WIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH
- Bundesverband Credit Management e.V. (BvCM)
- FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige Gesellschaft mbH
- giftGRÜN GmbH Digitalagentur
- FH Institut für Handelsforschung GmbH
- KWB – Kuratorium der deutschen Wirtschaft für Berufsbildung

THÜRINGEN

- Bürgschaftsbank Thüringen GmbH
- Landesverband Groß-/Außenhandel und Dienstleistungen Thüringen e.V.
- Verband der Wirtschaft Thüringens e.V.
- Versorgungswerk des thüringischen Groß- und Außenhandels und Dienstleistungen e.V.

HAMBURG

- AGA Service GmbH
- AGA Versorgungswerk
- Agentur für Arbeit Hamburg
- betahaus | Academy Hamburg
- Bildungswerk der Wirtschaft Hamburg e.V.
- BIOBOB GbR
- BürgschaftsGemeinschaft Hamburg GmbH
- CDH im Norden – Wirtschaftsverband für Handelsvermittlung und Vertrieb e.V.
- Creditreform Hamburg von der Decken & Wall KG
- Faktor 3 (NEXT Conference)
- Hamburg@work e.V.
- Impulse Medien GmbH
- intersoft consulting services AG
- Kühne Logistics University Wissenschaftliche Hochschule für Logistik und Unternehmensführung (KLU)
- Logistik-Initiative e.V. (LIHH)
- NORDAKADEMIE Graduate School
- NORDHANDEL – Vereinigung Norddeutscher Handelsverbände e.V.
- Pawlik Consultants GmbH
- Schomerus & Partner mbB – Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
- SKW Schwarz Rechtsanwälte
- Stiftung Grone-Schule
- top concepts GmbH
- Verband der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels Nord e.V. für Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein (VMG)
- Vereinigung der Unternehmensverbände in Hamburg und Schleswig-Holstein e.V. (UV Nord)
- Vereinigung Hamburger Schiffsmakler und Schiffsagenten e.V.

SCHLESWIG- HOLSTEIN

- NORDAKADEMIE gemeinnützige Aktiengesellschaft
- Technische Akademie Nord e.V.
- Unternehmensverband Kiel e.V.
- Regionaldirektion Nord der Bundesagentur für Arbeit

WIR FÜR SIE



Maximilian Albrecht

Manager Digitale Transformation
maximilian.albrecht@aga.de



Isabel Annang

Referentin Aus- & Weiterbildung
isabel.annang@aga.de



Martin Bauer

Leiter Geschäftsstelle Kiel,
Rechtsanwalt
martin.bauer@aga.de



Lorenz Bause

Mitgliedermanager,
Membership Specialist
lorenz.bause@aga.de



Belinda Blech

Sekretariat Geschäftsführung
Niedersachsen, JobCard-Team
belinda.blech@aga.de



Mareike Böckmann

Referentin Betriebswirtschaft
mareike.boeckmann@aga.de



Marlen Brauer

Bilanzbuchhalterin
marlen.brauer@aga.de



Barbara Brenner

Büroleitung INW Hamburg
barbara.brenner@inw.de



Christian Buchholz

Referent Öffentlichkeitsarbeit
christian.buchholz@aga.de



Sarah Caremi

Sekretariat der Rechtsabteilung
sarah.caremi@aga.de



Dinah Geißendörfer

Persönliche Referentin Präsident
& Hauptgeschäftsführer
dinah.geissendoerfer@aga.de



Kay Gröger

Leiter Geschäftsstelle Bremen,
Rechtsanwalt
kay.groeger@aga.de



Dr. Andrea Hafenstein

Referentin Betriebswirtschaft
(in Elternzeit)
andrea.hafenstein@aga.de



Monika Hasch

Finanzbuchhalterin,
Mitgliedermanagement
monika.hasch@aga.de



Melanie Hepke

Leiterin HVV-ProfiTicket-Team
melanie.hepke@aga.de



Carina Hüllen

Veranstaltungsorganisation & Messen
carina.huellen@aga.de



Alexander Jahns

HVV-ProfiTicket-Team
alexander.jahns@aga.de



Majlinda Kurteshi

Empfang
majlinda.kurteshi@aga.de



Alexander Marks

IT-Systemadministrator
alexander.marks@aga.de



Katrin Marks

KompetenzCheck,
Mitgliedermanagement
katrin.marks@aga.de



Mareen-Jennifer Palnik

Auszubildende zur Kauffrau für Büromanagement
mareen.palnik@aga.de



Janek Polinske

Sekretariat Geschäftsstelle Kiel
janek.polinske@aga.de



Ruth Poller

Sekretariat Geschäftsstelle Niedersachsen, JobCard-Team
ruth.poller@aga.de



Henri Pose

HVV-ProfiTicket-Team
henri.pose@aga.de



Martin Schnitker

Pressesprecher
martin.schnitker@aga.de



Dennis Siggelow

Leiter Geschäftsstelle Lübeck, Rechtsanwalt
dennis.siggelow@aga.de



Tina Carolina Stalf

Referentin Marketing
AGA Service GmbH
tina.stalf@aga.de



Carolin Stehr

Referentin Grundsatzfragen & Studien
carolin.stehr@aga.de



Ilka Stenzel

Assistenz des Hauptgeschäftsführers
ilka.stenzel@aga.de



Esther Stolte

HVV-ProfiTicket-Team
esther.stolte@aga.de



Anja Vehlow

Sekretariat der Rechtsabteilung
anja.vehlow@aga.de



Quandao Wallbruch

Rechtsanwältin
quandao.wallbruch@aga.de



Anna Wiese

Sekretariat der Rechtsabteilung
anna.wiese@aga.de



Birgit Will

HVV-ProfiTicket-Team
birgit.will@aga.de



Ingrid Zabel

Seminarbetreuung INW Hamburg
ingrid.zabel@inw.de



Rebecca Zauner

Sekretariat der Rechtsabteilung
rebecca.zauner@aga.de



Volker Tschirch

Hauptgeschäftsführer
volker.tschirch@aga.de



Julie Christiani

Geschäftsführerin Studien & Digitale Infrastruktur
julie.christiani@aga.de



Eddie Tjin

Kaufmännischer Leiter
eddie.tjin@aga.de



Volker Hepke

Geschäftsführer Recht & Tarife, Rechtsanwalt
volker.hepke@aga.de



Philipp Neddermeyer

Geschäftsführer Landesgruppe Niedersachsen, Rechtsanwalt
philipp.neddermeyer@aga.de



Mitgliederservice

Bei Fragen zur Mitgliedschaft im AGA
kontaktieren Sie unseren Mitgliederservice:

Lorenz Bause
Tel.: 040 30801-227
lorenz.bause@aga.de

Katrin Marks
Tel.: 040 30801-206
katrin.marks@aga.de

www.aga.de/mitgliedschaft

Impressum

AGA Norddeutscher Unternehmensverband
Großhandel - Außenhandel - Dienstleistung e.V.

Herausgeber

Volker Tschirch

Redaktion

Christian Buchholz und
Martin Schnitker (V. i. S. d. P.),
Maximilian Albrecht,
Isabel Annang,
Julie Christiani,
Janine Fazelly,
Carolin Stehr und
Quandao Wallbruch
in Zusammenarbeit mit
den AGA-Fachabteilungen,
den AGA-Mitgliedsunternehmen
und Kooperationspartnern.

Geschäftsstelle Hamburg

Kurze Mühren 1, 20095 Hamburg
Telefon: 040 30801-0
Fax: 040 30801-107
aga@aga.de
www.aga.de

Layout & Druck

HAHN Media + Druck GmbH,
Steinbecker Weg 1c
18107 Rostock-Elmenhorst

Redaktionschluss

Oktober 2019

Bildnachweise:

- S. 04 © Ulrich Perrey
S. 06 © blvdone - stock.adobe.com
© Block Gruppe
S. 07 © privat
© Henryk Ploetz
S. 08 © Laurence Chaperon
S. 09 © Isadora Tast
© Przemyslaw Koch - stock.adobe.com
S. 10 © HPI School of Design Thinking - Christian Dammert
S. 11 © REDPIXEL - stock.adobe.com
S. 12–15 © Ulrich Perrey
S. 16–17 © Lars Krüger
S. 18 © Thies Raetzke
S. 20 © Martin Schnitker
© Faktor 3
S. 22–24 © Lars Krüger
S. 25 © Government of UK
© moofushi - stock.adobe.com
S. 26 © podgorakz - stock.adobe.com
© S ROBIN - stock.adobe.com
S. 28 © stock.adobe.com
S. 29 © intersoft consulting services AG
S. 29 © intersoft consulting services AG
S. 30 © Christian Buchholz
S. 34–35 © pxl.store@gmail.com - stock.adobe.com
© fotodesign-jegg.de - stock.adobe.com
© Rawf8 - stock.adobe.com
S. 36 © Jacob Ammentorp Lund - stock.adobe.com
S. 37 © Flamingo Images - stock.adobe.com
S. 38 © BillionPhotos.com - stock.adobe.com
S. 39 © stock.adobe.com
S. 40 © Ulrich Perrey
S. 42 © constantinos - stock.adobe.com
S. 43 © kasto - stock.adobe.com
S. 44 © Christian Ballé
S. 45 © Romolo Tavani - stock.adobe.com
S. 46 © Tikhon Kuprewich - stock.adobe.com
S. 47 © wavebreak3 - stock.adobe.com
S. 48 © contrastwerkstatt - stock.adobe.com
S. 49 © fotogestoeber - stock.adobe.com
S. 50 © Tinnakorn - stock.adobe.com
S. 51 © zinkevych - stock.adobe.com
S. 51 © bignai - stock.adobe.com
© contrastwerkstatt - stock.adobe.com
S. 55 © Yakobchuk Olena - stock.adobe.com
© Jakub Krechowicz - stock.adobe.com
© fizkes - stock.adobe.com
S. 56 © pressmaster - stock.adobe.com
S. 57 © Africa Studio - stock.adobe.com
© Gpoint Studio - stock.adobe.com
S. 58–59 © Sandra Beckefeldt
S. 62 © Ulrich Perrey
S. 65 © Christian Buchholz
© Ulrich Perrey
© Sybill Schneider
© Tina Carolina Stalf
S. 66 © Rawpixel Ltd. - stock.adobe.com
S. 67 © Brinkhoff-Moegenburg/Leuphana
S. 68 © Rawpixel Ltd. - stock.adobe.com
S. 72–73 © Krafft Angerer
S. 74–75 © Sybill Schneider
© Ulrich Perrey
© Christian Buchholz
© Martin Schnitker
© Sandra Beckefeldt
S. 76 © Christian Buchholz
S. 77 © euregiocontent - stock.adobe.com
© Christian Buchholz
S. 78 © Ulrich Perrey
S. 84–85 © Ulrich Perrey

alle weiteren: AGA Unternehmensverband



ZUSAMMENGROSS

Es gibt so viele Fragen, die über den Erfolg eines Unternehmens entscheiden. Aber wo bekommt man all die Antworten? Ganz einfach: Beim AGA, der sich mit vereinten Kräften für Unternehmen einsetzt, die über sich hinauswachsen wollen.



