

# Auf Kurs

Der Unternehmernewsletter Ihrer Volksbank Raiffeisenbank

Volksbank  
Lingen eG



Auf Kurs | Dezember 2010

## Bewerber gesucht

Foto: fotolia/Proolia IX



Arbeitgeber, die sich im Internet gut darstellen, sind attraktiv für Bewerber.

Wer neue Mitarbeiter finden will, muss diese an den richtigen Orten ansprechen. Nicht nur Zeitungen, auch die eigene Website, Jobportale und soziale Netzwerke bieten viele Möglichkeiten.

Gute Bewerber sind rar. Das betrifft Auszubildende ebenso wie Fachkräfte. Umso wichtiger ist es bei der Personalsuche, qualifizierte Arbeitnehmer zu erreichen. Sei es über eine Anzeige in der Lokalzeitung, die Unternehmenswebsite oder ein Online-Jobportal – Bewerber werden in der Form angesprochen, die sie am häufigsten nutzen.

„Am besten gehen Sie immer dahin, wo Ihre Bewerber unterwegs sind“, rät Kommunikationsberater Klaus Eck. „Hochschulabsolventen erreichen Sie idealerweise über das soziale Netzwerk ‚Facebook‘. Demgegenüber dürften Zeitungsanzeigen eine geringe Wirkung entfalten, weil die Jüngeren kaum noch zur Zeitung greifen.“ Ältere hingegen lesen größtenteils noch Stellenanzeigen in Zeitungen. ▼

## Inhalt

---

- 03 Mittelstand: Optimistische Aussichten trotz Fachkräftemangel
  - 03 GEZ entlastet kleine Betriebe
  - 04 Banken: Lokale Betreuung wird gewünscht
  - 04 Kündigungen bei Kleinstbetrieben
  - 05 Urlaubsanspruch im Krankheitsfall
  - 05 Handwerker: Steuertipps für Kunden
  - 05 Beschäftigung: Kleine Betriebe trotzten der Krise
  - 06 Mobile Helfer
  - 06 Hilfreiche Links im Netz
-

# Bewerber gesucht

## Flagge zeigen im Internet

Um einen guten Ruf zu erreichen, ist es wichtig, Präsenz zu zeigen. Eine informative Unternehmenswebsite ist das A und O. 71 Prozent der Deutschen nutzen mittlerweile das Internet, ergab jüngst eine repräsentative Umfrage des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (Bitkom). 44 Prozent der 1.001 befragten Nutzer haben im Netz bereits berufliche Kontakte geknüpft.

Neben der Firmenwebsite sind es Online-Jobportale wie „Monster“ oder „Stepstone“, die Bewerber aufsuchen. Diese stellen eine wichtige Ergänzung dar – unabhängig von der Firmengröße. Der Vorteil liegt in der hohen Reichweite.

## Soziale Netzwerke helfen bei der Suche

Wer Stellenanzeigen veröffentlichen will, kann auch soziale Netzwerke wie „Facebook“, „MeinVZ“ oder „Wer kennt wen“ nutzen. Dort können Geschäftsführer oder Mitarbeiter Nachrichten veröffentlichen, etwa „Zimmermeister im Raum Heilbronn gesucht“. Das Prinzip ähnelt persönlichen Empfehlungen.

„Während große Konzerne viel damit experimentieren und dort gute Erfahrungen vorweisen können, halten sich kleinere Mittelständler oft noch zurück. Das ändert sich jedoch gerade“, sagt Eck.

Eine Seite für die Firma bei „Facebook“ anzulegen dauert nur wenige Minuten. Die 13 internen Mitarbeiter des Personaldienstleisters Work performance nahe Ingolstadt verbreiten Stellenanzeigen darüber. Die Friseurin Andrea Bolke aus der Nähe von Osnabrück nutzt ihre Seite, um bei Kunden und Bewerbern ein positives, innovatives Bild ihres Salons zu zeichnen.

„Letztlich können sich kleine und mittlere Unternehmen mit einem effizienten Ressourceneinsatz sehr gut online darstellen und den Kontakt zu potenziellen Mitarbeitern langfristig aufbauen und pflegen“, erklärt Eck.

Er veröffentlichte vor Kurzem das Buch „Transparent und glaubwürdig“. Darin geht es um den Ruf eines Betriebs im Internet. Ausschlaggebend dafür sind zum Beispiel die



Foto: fotolia/Kzenon

Ob Zeitung oder Internet: Das Alter und die Vorlieben der Zielgruppe entscheiden über die beste Strategie.

Suchmaschinen-Ergebnisse. Wie stellt sich ein Unternehmen selbst dar? Wie berichten die Medien über die Geschäftsführung? Was schreiben Mitarbeiter oder Bewerber – und wie reagiert der Betrieb auf dieses Feedback?

## Ohne Strategie geht es nicht

Wer sich im Internet und in den sozialen Netzwerken bewegt, benötigt dafür gut geschulte Mitarbeiter und eine klare Strategie. Nach einer Testphase sollten sich erste Erfolge einstellen. „Dafür müssen Unternehmen diese regelmäßig kontrollieren und sich fragen, welche Effekte sie mit welchem Zeitbudget erreicht haben“, meint Eck.

## Bewerber kennenlernen

Das Internet dient nicht nur zur Bewerbersuche. Sind geeignete Kandidaten gefunden, ist es ratsam, ihren Namen einmal in eine Suchmaschine einzugeben. Eventuell erfährt man auf diesem Wege mehr über potenzielle Mitarbeiter. So lässt sich ein erster Eindruck gewinnen.

Soziale Netzwerke und Jobportale:

[www.facebook.com](http://www.facebook.com)

[www.xing.com](http://www.xing.com)

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

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

## Studie

# Mittelstand: Optimistische Aussichten trotz Fachkräftemangel

Aktuelle Mittelstandsstudie der DZ BANK.

Der deutsche Mittelstand blickt positiv in die Zukunft. Die Zeichen stehen auf Wachstum – und das unabhängig von der Unternehmensgröße. Dies ergab die Mittelstandsstudie der DZ BANK, eine von zwei Zentralbanken der Volksbanken Raiffeisenbanken, für die im Herbst 2010 rund 1.500 Unternehmer befragt worden waren. Das Ergebnis: 73 Prozent der Mittelständler mit bis zu 20 Beschäftigten bewerten ihre Lage mit gut oder sehr gut. Bei den großen Mittelständlern mit über 200 Mitarbeitern sieht es sogar noch besser aus: Hier schätzen 86 Prozent ihre Situation gut oder sehr gut ein. Ausgehend vom Tiefpunkt im Frühjahr 2009 hat sich die Geschäftslage von mittelständischen Unternehmen damit weiter markant verbessert.

Leicht getrübt werden die insgesamt guten Aussichten durch den Fachkräftemangel, der in allen Betriebsgrößen als

Problem gesehen wird. Zurzeit berichten 19 Prozent der Unternehmen mit bis zu 20 Mitarbeitern von fehlenden Fachkräften. Bei den Betrieben mit 20 bis 100 Beschäftigten ist es knapp ein Viertel (24 Prozent). Noch stärker nehmen es die großen Mittelständler mit über 200 Angestellten wahr – dort sind es 41 Prozent.

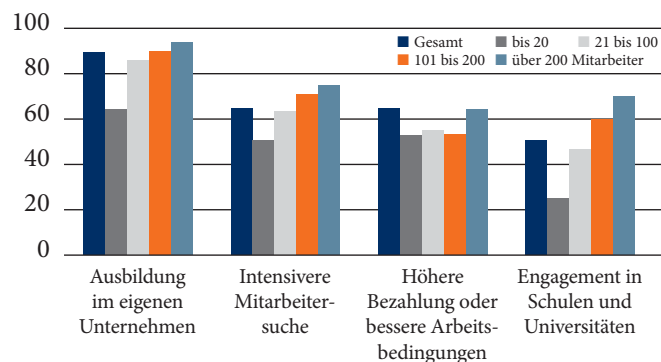
### Aktiv gegen fehlende Fachkräfte

Doch mittelständische Unternehmen bleiben nicht tatenlos. „Wir haben unterschiedliche Lösungswege identifiziert, die Betriebe beschreiten, um Fachkräfte zu halten oder zu gewinnen“, sagt Matthias Hümpfner, Abteilungsdirektor bei der DZ BANK. „An erster Stelle steht die Ausbildung in den Betrieben. Zwei Drittel haben ihre Mitarbeitersuche über Anzeigen intensiviert. Aber auch über bessere Bezahlung und Arbeitsbedingungen versuchen die Unternehmen, Fachkräfte zu gewinnen.“ Diese Anstrengungen sind – wenn auch mit leichten Schattierungen – unabhängig von den Betriebsgrößen.

Bei der Suche nach neuen Fachkräften gibt es je nach Firmengröße allerdings unterschiedliche Strategien: Während es für große Unternehmen einfacher ist, an Schulen und Universitäten zu rekrutieren, haben in sozialen Netzwerken alle die gleiche Chance. Und so begeben sich 40 Prozent der kleinen wie der großen Unternehmen dort auf die Suche nach Fachkräften.

Die ausführliche Ausarbeitung der Studie kann heruntergeladen werden unter:  
[www.mittelstandsstudie.de](http://www.mittelstandsstudie.de)

### Wege zur Gewinnung von Mitarbeitern (in Prozent):



Quelle: DZ Bank.

## News



Foto: fotolia/Monkey Business

### GEZ entlastet kleine Betriebe

Ab 2013 ändern sich die Rundfunkgebühren: Statt Menge und Art der Empfangsgeräte ist künftig die Anzahl der Betriebsstätten entscheidend für die Beitragshöhe. Inhaber zahlen danach für jede Filiale – unabhängig davon, ob sie dort ein Radio oder einen Fernseher besitzen. Ein Fahrzeug je Betriebsstätte ist nunmehr gebührenfrei.

Gestaffelt wird die Gebühr nach der Anzahl der Mitarbeiter. Für Betriebe mit bis zu acht Beschäftigten wird ein Drittel der monatlichen Gebühr fällig (5,99 Euro), für Firmen mit bis zu 19 Mitarbeitern ein ganzer Beitrag, ab 20 bis 49 Beschäftigte zwei Rundfunkbeiträge. Die monatliche Gebühr soll weiterhin knapp 18 Euro betragen.

Mit diesem Vorschlag haben die Regierungschefs der Länder auf die Kritik von Wirtschaft und Handwerk reagiert. Diese hatten gegen einen im Juni beschlossenen Entwurf zunächst protestiert, da sie Mehrbelastungen in dreistelliger Millionenhöhe befürchteten.

Auch gegen den neuen Entwurf gibt es Proteste. Die Kritik: Betriebe mit mehreren Filialen wie Bäckereien, Fleischereien oder Friseurgeschäfte werden gegenüber den Unternehmen mit nur einem Standort benachteiligt. Die Landtage sollen der Änderung noch in diesem Monat zustimmen.

## Umfrage

# Banken: Lokale Betreuung wird gewünscht

**BVR-Umfrage zeigt: Die Mehrheit der Deutschen befürwortet bei der Betreuung durch ihre Bank ein dichtes Filialnetz und Atmosphäre bei der Beratung – insbesondere Firmen kommt dies oft zugute.**

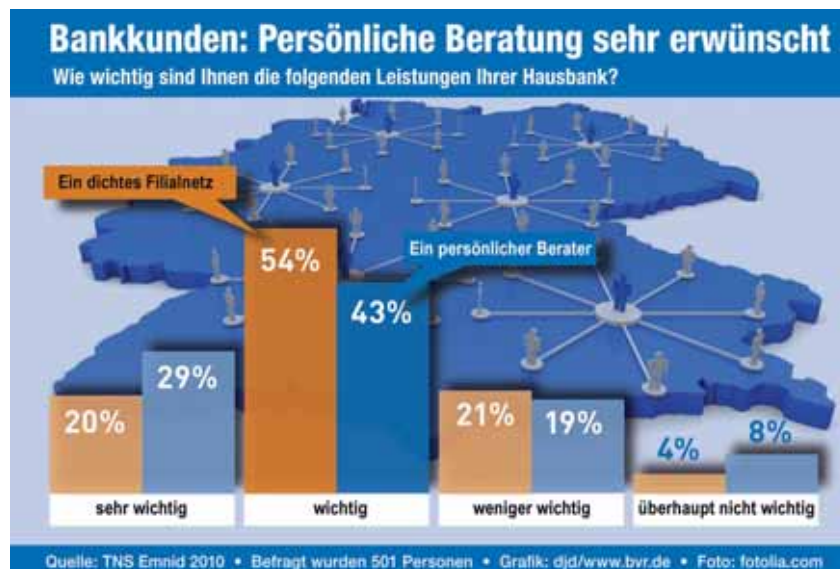
Der direkte Kontakt zwischen Kunden und Bankberatern genießt einen hohen Stellenwert bei den Verbrauchern in Deutschland. Dies ergab eine repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts TNS Emnid im Auftrag des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR).

„Insbesondere für kleinere und mittlere Firmen lässt sich diese Haltung aus unserer Erfahrung heraus bestätigen“, erklärt Ute Berhorst vom BVR, die sich dort um die optimale Betreuung von Firmen durch die Volksbanken und Raiffeisenbanken kümmert. „Sensible Finanzthemen werden am

liebsten mit einem Bankberater des eigenen Vertrauens im direkten Dialog besprochen. Da unterscheiden sich Privatkunden und Firmenkunden sehr wenig.“

Auch das Alter spielt kaum eine Rolle bei der Wertschätzung der Bankleistung. Den Umfrageergebnissen zufolge ist für rund drei Viertel der Bevölkerung (74 Prozent) ein dichtes Filialnetz wichtig oder sogar sehr wichtig. Selbst für junge Menschen besitzt die Erreichbarkeit der Bank über ihre Filialen einen hohen Wert. 77 Prozent der 14- bis 29-jährigen Bundesbürger halten die Filialdichte für eine wichtige und sehr wichtige Leistung einer Bank. Die Filiale ist auch der mehrheitlich bevorzugte Ort, wo eine Bankberatung stattfinden sollte. So wünschen 82 Prozent der Bevölkerung in Deutschland, in der Filiale ihrer Hausbank beraten zu werden. Zu dieser Einschätzung kommen besonders die Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen und die Personen mit höherem formalem Bildungsabschluss wie Abitur oder Hochschulabschluss (88 Prozent). Nur zwei Prozent der Befragten bevorzugen eine Bankberatung über das Internet.

Nach den Begriffen gefragt, mit denen sie die genossenschaftlich organisierten Volksbanken und Raiffeisenbanken verbinden, nannten die Befragten vor allem Kundennähe (61 Prozent), persönlichen Service (55 Prozent), Vertrauenswürdigkeit (54 Prozent) sowie lokales Engagement (56 Prozent).



## News

### Kündigungen bei Kleinstbetrieben

Zum Vorteil von Arbeitgebern hat das Bundesarbeitsgericht jüngst das Kündigungsschutzgesetz (KSchG) ausgelegt. Beschäftigt ein Unternehmer mehr als zehn Mitarbeiter, entfällt deren Kündigungsschutz – sofern diese an mehreren organisatorisch selbstständigen Betriebsstätten arbeiten. Ein fiktives Beispiel: Die Bäckerei Ewering hat drei Filialen, in jeder arbeiten vier Angestellte. Damit hat der Betrieb insgesamt zwölf Mitarbeiter. Wären diese an einem Standort beschäftigt, müsste der Inhaber das KSchG beachten. Ebenso wenn an einer Stätte mehr als zehn Beschäftigte arbeiten. Da die Angestellten jedoch an verschiedenen organisatorisch selbstständigen Betriebsstätten arbeiten, tritt das KSchG nicht in Kraft.

Relevant ist dies für Entlassungen aus betriebsbedingten Gründen. Dann entscheidet der Arbeitgeber nach sozialen Gesichtspunkten, wem er kündigt – die sogenannte Sozialauswahl. Für diese sind unter anderem die Dauer der Betriebszugehörigkeit und das Lebensalter entscheidend. Die Sozialauswahl müssen die Betriebe nicht beachten, wenn weniger als elf Mitarbeiter angestellt sind oder an mehreren Stätten getrennt erfasst werden.

Voraussetzung für eine getrennte Erfassung ist, dass die Betriebsstätten organisatorisch selbstständig sind. Dafür müssen sie die für Kleinbetriebe typischen Merkmale besitzen: eine enge persönliche Zusammenarbeit, geringe Finanzausstattung und ein Mangel an Verwaltungskapazität. Selbstständig sind Betriebe auch dann, wenn nicht alle diese Kriterien vorliegen. Dann wird jedoch von Fall zu Fall entschieden.

Weitere Informationen:

<http://juris.de>

Aktenzeichen 2 AZR 392/08 eingeben.

## Rechtstipp

# Urlaubsanspruch im Krankheitsfall

Arbeitgeber können festlegen, wann übergesetzliche Urlaubstage bei kranken Mitarbeitern verfallen.

Die Zeit zwischen den Jahren ist für viele Kleinbetriebe eine Herausforderung. Läuft die Arbeit wie üblich weiter und sind Kollegen im Urlaub, spüren die restlichen Angestellten die höhere Arbeitsbelastung deutlich. Dasselbe ist auch bei Krankheit eines Kollegen der Fall. Fallen Krankheit und Urlaubsanspruch zusammen, erhöhen sich die Ausfallzeiten zusätzlich. Unternehmer haben die Möglichkeit, durch eine entsprechende Regelung der Anhäufung von Urlaub entgegenzuwirken. Simone Kreuter, Fachanwältin für Arbeitsrecht in Gießen, erklärt die wichtigsten gesetzlichen Regelungen.

### Wann dürfen Unternehmer den Urlaub eines Mitarbeiters aufschieben?

Die gesetzliche Vorschrift des § 7 Absatz 3 Bundesurlaubsgesetzes sieht vor, dass der Urlaub im laufenden Kalenderjahr gewährt und genommen werden muss. Eine Übertragung auf das folgende Jahr sieht das Gesetz nur dann vor, wenn drin-

gende betriebliche Gründe oder Gründe „in der Person des Arbeitnehmers“ dies rechtfertigen. So ein Grund kann eine Erkrankung des Arbeitnehmers sein.

### Bis wann müssen Mitarbeiter im darauffolgenden Jahr in Urlaub gehen?

Ist eine Übertragung möglich, muss der Urlaub bis zum 31. März des Folgejahres genommen sein.

### Was ist, wenn ein Arbeitnehmer krank wird?

Der Europäische Gerichtshof hat entschieden, dass der Urlaub dann nicht verfällt, wenn der Arbeitnehmer seinen Urlaub aus krankheitsbedingten Gründen nicht nehmen kann. Dies sollte jedenfalls für den gesetzlichen Mindesturlaub gelten, der nach dem Bundesurlaubsgesetz bei einer 5-Tage-Woche 20 Arbeitstage (4 Wochen) beträgt.

### Gibt es Ausnahmen?

Das deutsche Bundesarbeitsgericht hat in seiner Entscheidung vom 4. Mai 2010 festgelegt, dass Arbeits- oder Tarifvertragsparteien unter anderem den Verfall des übergesetzlichen Urlaubsanspruchs vereinbaren können. Das muss der Arbeitgeber ausdrücklich mündlich, schriftlich oder durch eine eindeutige schlüssige Handlung mit den Arbeitnehmern tun.

### Was passiert, wenn keine Vereinbarung über den Verfall des Urlaubs vorliegt?

Ohne diese Vereinbarung können bei zweijähriger Dauererkrankung leicht 60 Urlaubstage anfallen. Diese müssen dann nach Genesung bis zum Jahresende gewährt oder bei Ausscheiden abgegolten werden.

## News

### Betriebe: Steuertipps für Kunden

20 Prozent der Arbeitskosten von bis zu 6.000 Euro können Kunden in diesem Jahr für private Renovierungen und Sanierungen geltend machen. 2011 liegt diese Grenze nur bei 3.000 Euro. Daran sollten Handwerker ihre Kunden erinnern und die steuerliche Veränderung als Verkaufsargument nutzen. Wenn Kunden diesen Höchstsatz noch nicht erreichen, aber für 2011 schon einen Auftrag vergeben, kann bereits 2010 ein Abschlag gezahlt werden.

Weitere Informationen:

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

Bei Suche (oben rechts) „Handwerks- und haushaltsnahe Dienstleistungen“ eingeben, ersten Treffer auswählen.

### Beschäftigung: Kleine Betriebe trotzen der Krise

Betriebe mit weniger als 50 sozialversicherungspflichtigen Mitarbeitern nahmen 2009 die Hälfte aller Neueinstellungen in Deutschland vor. Das ergab eine Arbeitgeberbefragung des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB), die Ende November in Berlin präsentiert wurde. „Kleine Betriebe haben auch in Krisenzeiten ein hohes Einstellungspotenzial“, so die IAB-Arbeitsmarktforscher. Um Personal zu finden, nutzen Unternehmen am meisten die Dienste der Arbeitsagenturen – die größten Erfolge verbuchten sie aber, wenn sie Mitarbeiter über persönliche Kontakte und Netzwerke suchen.

Zum Kurzbericht der IAB-Studie:

<http://doku.iab.de/kurzber/2010/kb2310.pdf>



Der gesetzlich vorgeschriebene Urlaub bleibt bei langer Krankheit bestehen.

# Arbeitsplatz

## Mobile Helfer

**Auf jede Frage eine Antwort:  
Mobile Applikationen für Smartphones.**

Alle Welt redet von Apps. Das ist die Kurzform für Applikationen. Diese Software-Programme sind speziell für leistungsstarke Mobiltelefone – Smartphones – entwickelt worden. Auf dieses Gerät kann sich der Nutzer eine App kostenlos oder gegen Gebühr über das Internet herunterladen. Die kleinen Programme bieten Services, die die Arbeit erleichtern. Sie helfen bei der Suche nach einem Taxi oder dienen als Fahrtenbuch.

Die Beispiele zeigen, wann Apps interessant sind: im Außendienst oder auf Geschäftsreisen. Zur Nutzung ist ein Internetzugang nötig. Am besten erfolgt dieser über eine Flatrate, die zum Vertrag dazugebucht wird. Damit bewegt sich der Nutzer für einen monatlichen Festpreis unbegrenzt im Internet. Die Datenübertragung kann sonst teuer werden.

### Service im Außendienst

„Apps können gewinnbringend für das eigene Geschäft genutzt werden“, sagt Dr. Franz Büllingen, wissenschaftlicher Berater und Abteilungsleiter Kommunikation und Innovation bei der WIK-Consult GmbH, die das Thema mobile Business-Lösungen erforscht hat.

Zum Beispiel können Mitarbeiter interne Prozesse auch mobil abwickeln, etwa unterwegs Kundendaten oder Preislisten einsehen oder Bestellformulare ausfüllen. „Das spart Arbeitszeit. Außerdem bessert sich der Service, wenn bei-



Foto: istockphoto/Kamruzzaman Ratan

spielsweise direkt beim Kunden die Lagerbestände eingesehen werden“, meint Büllingen.

### Speisekarte oder Hotelpreise als App

Viele Betriebe haben bereits eigene Apps: Gäste des Düsseldorfer Restaurants Riva sehen darüber die Speisekarte. In der ersten Woche wurde sie 300 Mal abgerufen. Auch das Atlas Grand Hotel in Garmisch-Partenkirchen besitzt eine eigene App, die beispielsweise über Angebote informiert.

Eine Studie zeigt, wie der Mittelstand Apps nutzen kann. Diese haben Büllingen und Kollegen für „SimoBIT“ – ein Förderprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie – erstellt. Dazu wurden im vergangenen Jahr die Daten von 1.223 Unternehmen in Deutschland mit bis zu 249 Beschäftigten erhoben:

- Apps besitzen die höchste Relevanz für Außendienst, Marketing und Vertrieb.
- Als Vorteile sehen die Befragten: Erhöhung der Flexibilität (78 Prozent), Steigerung der Informationsqualität (74 Prozent) und Verbesserung des Kundenservice (73 Prozent).
- 70 Prozent halten den (verstärkten) Einsatz mobiler Lösungen für sinnvoll.

# Links

## Offensive Mittelstand

„Offensive Mittelstand – Gut für Deutschland“ bietet einen Leitfaden und Praxishilfen für eine gute Arbeits- und Organisationsgestaltung an. Diese geben beispielsweise Antworten auf Fragen nach der Mitarbeitermotivation oder Innovationen. Mit der Website will die „Offensive Mittelstand“ die Erfolgsaussichten des Mittelstands verbessern. Das Projekt ist Teil der Initiative „Neue Qualität der Arbeit“ der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin. Hier arbeiten Sozialpartner, Fachverbände, Ministerien, Unfallversicherungsträger, Krankenkassen und Unternehmen zusammen.

Weitere Informationen:

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

## Finanzspritzen

Eine Übersicht über Förderprogramme und Finanzhilfen für Unternehmen sowie Existenzgründer gibt das Bundeswirtschaftsministerium. Dort sind alle Gelder aufgeführt, die Bund, Länder und Europäische Union zur Verfügung stellen. Ein Förderassistent hilft, die passenden finanziellen Mittel zu finden. Dies ist vor allem für den Einstieg oft hilfreich. Weiterführende Tipps zu Fördermöglichkeiten kann danach auch die individuelle Beratung in einer Volksbank oder Raiffeisenbank liefern.

Weitere Informationen:

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

### IMPRESSUM:

Herausgeber: Deutscher Genossenschafts-Verlag eG (DG VERLAG), Leipziger Straße 35, 65191 Wiesbaden, Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), Schellingstraße 4, 10785 Berlin  
Partner: DZ BANK AG, Union Investment Privatfonds GmbH, VR-LEASING AG

Objektleitung: Jens Witte (DG VERLAG), [jwitte@dgverlag.de](mailto:jwitte@dgverlag.de), Tim Zuchiatti (BVR), [t.zuchiatti@bvr.de](mailto:t.zuchiatti@bvr.de)  
V.i.S.d.P.: Peter Erlebach, DG VERLAG, Postfach 2140, 65011 Wiesbaden  
Chefredaktion: Martin Reimund, Profilwerkstatt GmbH, Dr. Claudia Klemm, Profilwerkstatt GmbH  
Art-Direktion und Layout: Profilwerkstatt GmbH