

DIENSTAG, 19. MAI 2020

SPZIAL MITTELSTAND



## Neue CHANCEN

Der Mittelstand leidet schwer unter der Corona-Pandemie. Viele Insolvenzen drohen. Doch gerade jetzt laufen Unternehmer zur Höchstform auf. Fachleute rechnen mit einem gewaltigen Innovations- und Digitalisierungsschub

Seinem bekanntesten Mitarbeiter, dem Schimpansen in der Fernsehwerbung, einen Mundschutz zu verpassen, wäre wohl etwas zu viel des Guten gewesen. Doch Wolfgang Grupp, eine der schillerndsten Figuren des deutschen Mittelstands, wusste auch so, wie er sich und sein Unternehmen Trigma in Corona-Zeiten in Szene setzen kann. Kurzerhand stellte er die Produktion um und lässt nun anstatt des Trikotagen-Portfolios bis auf weiteres Mund- und Nasenmasken sowie Schutzkittel anfertigen. Die Verkaufspreise sorgten für manch hochgezeigte Augenbraue, aber Trigma bleibt sich mit seinem Qualitätsanspruch und dem Versprechen, „Made in Germany“ treu.

VON JOCHEN CLEMENS

Die schnelle Umstellung der Produktion beweist Flexibilität, Schnelligkeit und Entscheidungskraft. Fähigkeiten, die dem deutschen Mittelstand global dauerhafte Anerkennung eingebracht haben. Zahlreiche Mittelständler laufen in den Zeiten der Corona-Pandemie zur Höchstform auf. Weil sie es müssen, um nicht vom Markt zu verschwinden. Aber auch, weil sie es können.

Marc Tenbrieg, Vorstand des Deutschen Mittelstands-Bundes (DMB), erlebt die Stimmungslage als diffus und vielfältig. „Ich habe schon viele tränenreiche Gespräche und Situationen voller Verzweiflung erlebt.“ Gleichzeitig stoße er „auf sehr viele innovative Unternehmen mit so vielen tollen Ideen“. „Bei der Masse ist es noch nicht so, dass komplett neu gedacht oder nach ganz neuen Geschäftsmodellen gesucht werden muss“, so Tenbrieg. „Wir befinden uns in einer Übergangsphase. Die Zeit wird oft genutzt, um Dinge zu tun, die man schon lange tun wollte, zu denen man aber nie gekommen ist.“ Nicht zuletzt gehöre dazu, sich eingehender mit Digitalisierung und digitalen Geschäftsmodellen zu befassen, etwa mit Onlineshops oder Strukturen der täglichen Arbeit. Tenbrieg ist sich sicher: „Wir werden mit großer Stärke aus dieser Krise herausgehen.“

Wer sich umsieht, findet derzeit unzählige Beispiele von schnell, clever und bedarfsgerecht agierenden Unternehmen. Masken aller Art, einschließlich künstlerisch wertvoller und echten Designexemplaren, und Hygieneartikel stehen ganz vor auf der Produktliste. Kaya&Kato etwa haben ihrer breitgefächerten Palette aus Arbeitsbekleidung Community-Masken hinzugefügt, außerdem wollen die Kölner das Produktportfolio um Pflege- und Klinikbekleidung ausbauen. Dazu wurde man kürzlich mit dem „Grünen Knopf“ ausgezeichnet, dem staatlichen Siegel für sozial und ökologisch hergestellte Textilien. Geschäftsführer Stefan Rennieke koppelt eine hochaktuelle Geschäftsidee mit dem schon bestehenden Megatrend Nachhaltigkeit.

Dauerhaft verändern wird Corona wohl auch den Bereich der Hygiene. Intelligente architektonische Konzepte

gewinnen zunehmend an Bedeutung. Insbesondere Räume wie öffentliche Toiletten, Büros, Restaurants oder Haltestellen müssten neu gedacht werden. „Neben Aspekten der Nachhaltigkeit wird Gesundheit die Art und Weise bestimmen, wie wir Häuser, Bürogebäude und Orte, an denen Menschen zusammenkommen, bauen und gestalten“, sagt Coen van Oostrom, Gründer und Geschäftsführer von Edge. Sein Unternehmen widmet sich der Entwicklung einer neuen Generation von Gebäuden, bei denen Gesundheitsaspekte im Fokus stehen. „Berührungslose Produkte und sprachgesteuerte Technologie werden eine Schlüsselrolle dabei spielen.“

Auch die Telemedizin erfreut sich rasant wachsender Beliebtheit. So wie die Ende März an den Start gegangene Plattform kinderarztnow.de. Mit deren Umsetzung hatte der Berliner Facharzt für Kinderheilkunde und Jugendmedizin Jan Falkenberg schon kurz vor der Pandemie begonnen. Nun ist der Verbund aus mehreren Kinderärzten mit perfektem Timing am Markt. Angebote werden Beratung per Telefon und Video. „Auch nach Praxisschluss, an Wochenenden und an Feiertagen sind wir mit unseren Kinderärzten für Sie da“, so die Leistungsbeschreibung.



WIR WERDEN MIT GROSSER STÄRKE AUS DIESER KRISE HERAUSGEHEN

MARC TENBRIEG  
DMB-Vorstand

Umgehend auf Covid-19 reagiert hat auch die auf Werbetafeln, Warendisplays für den Handel, Aufsteller aller Art sowie Geschenckverpackungen spezialisierte STI Group aus dem hessischen Lauterbach. „Sie haben da eine sehr große Kompetenz und jetzt blitzschnell begonnen. „Premlösungen für Büros, den Handel und die Gastronomie aus Karton zu erstellen“, sagt Michael Tribus, bei der internationalen Managementberatung Porsche Consulting verantwortlich für die Branchen Konsumgüter und Handel.

Ihr Kunde hat auf seiner Homepage sogar schon einen eigenen Warenbereich eingerichtet. Unter „Covid-19 Produktideen“ finden sich neben den erwähnten Trennwänden auch als Griffe nutzbare Kartonzuschnitte, die den direkten Kontakt mit den Griffen von Einkaufswagen vermeidbar machen. Des Weiteren werden behelfsmäßige Mund-Nasen-Masken aus Karton „für den kurzzeitigen Einsatz im Handel“ angeboten.

Ein weiterer Kunde von Porsche Consulting ist Granarolo. Der Lebensmittelieferant ist zwar dem italienischen Mittelstand zuzurechnen. Aber er steht

exemplarisch für eine sich abzeichnende Veränderung von Lieferketten. „Mit Granarolo haben wir schon sehr lange darüber gesprochen, wie man direkter an den Kunden kommt“, so Tribus. „Durch die Corona-Krise wurde die Umsetzung nun vorgezogen.“

Die Idee ist ganz einfach: Wenn etwa herkömmliche Lieferketten nicht mehr funktionieren, werden die Verbraucher direkt beliefert. Dazu wurde ein Web-Shop rund um die aus Milchprodukten bestehende Warenpalette aufgebaut und ein cleverer, mit zugekauften Erzeugnissen wie Wurst und Schinken erweiterter Warenkorb entwickelt, der den italienischen „Aperitif“ abdeckt.

Prinzipiell ginge es bei der Änderung und dem Neudenken von Vertriebswegen darum, „eine ganz neue Kundenbeziehung zu etablieren“, sagt Michael Tribus. „Schon wenn sich der Kunde bei mir als Anbieter einen Warenkorb zusammenstellt, gewinne ich Informationen, die ich nicht habe, wenn ich meine Waren nur an den Zwischen- oder Einzelhandel weitergebe.“ Zwar werde schon kräftig mit solchen Modellen experimentiert, doch noch bewege sich das in Relation zum Gesamtvolumen des Handels an einem homöopathischen Bereich.“ Es sei auch nicht gesagt, dass alle Angebote von Dauer seien. „Ist es nicht gut gemacht und in sich nicht rund, wird es keinen Bestand haben.“

Teil einer neuen Kundenbeziehung könnte schon bald auch die Möglichkeit der Warenlieferung per Flugdrohne sein. Mit deren Einsatz etwa bei der Zustellung von Lebensmitteln oder dem Versand von Medikamenten beschäftigen sich einige Unternehmen schon länger. Dass dieses Szenario durchaus schon mittelfristig Realität werden könnte, zeigt eine aktuelle Umfrage des US-Unternehmens Protolabs. 53 Prozent der befragten Industriespezialisten aus Luft- und Raumfahrt sehen kommerzielle Drohnenlieferungen bis 2023 als alltäglich an. Dem europäischen Drohnenmarkt wird ein Anstieg auf ein Volumen von 9,7 Milliarden US-Dollar bis 2024 zugetraut (2018 waren es 4,06 Milliarden US-Dollar). Abhängig von den EU-Gesetzen und Fortschritten der Technologie könnte die Lieferung von Produkten durch Drohnen dann schon zwischen sieben und 30 Prozent der EU-Bürger erreichen. „Die aktuelle Situation könnte dem Markt einen weiteren Schub geben und Entwicklungen sowie Genehmigungsprozesse beschleunigen“, so Daniel Cohn, Protolabs-Geschäftsführer Deutschland.

Eine Impulsfunktion wird der Corona-Krise auch beim Überdenken so mancher Produktionskette zukommen. „Billig ist eben nicht immer geil“, sagt Marc Tenbrieg. „Es wird sicher nach wie vor Billigprodukte geben, die etwa im Textilbereich aus Pakistan oder Bangladesch kommen. Aber viel Produktion wird zurückgeholt werden. „Made in Germany“ beziehungsweise „Made in Europe“ wird verstärkt kommen.“ Das Preisniveau werde in Produktbereichen wie Lebensmittel und Kleidung steigen. „Auch die Effekte des Klimawandels

tragen dazu bei.“ Tenbrieg geht „jede Werte ein, dass wir in zirka fünf Jahren beim Rückblick auf die Krise zwar eine flächendeckende Marktberreinigung zu verzeichnen haben, aber auch feststellen können, dass diese Zeit ein besonderes Maß an Innovation und Digitalisie-

rungszuwachs gebracht hat“. Auch Michael Tribus wertet Corona nicht als Existenzvernichtungsmaschine, sondern als Einschnitt mit durchaus reinigendem Potenzial, weshalb man bei Porsche Consulting vorzugsweise von „Corona-Chancen-Fenster“ spricht.

Corona ist ein Brandbeschleuniger für alte und veraltete Konzepte, die nun einfach noch ein wenig schneller verschwinden. „Erfolgreich sein wird dagegen, wer innovative, vernetzte und dem Kunden interessante Erlebnisse versprechende Konzepte anbietet.“

ANZEIGE



# WIR ZIEL



**Unter Partnerschaftlichkeit verstehen wir, gemeinsam an einem großen Ziel zu arbeiten.**

Kennen Sie Michael Collins? Die wenigstens tun das: Er hat als Pilot der Apollo-11-Kapsel Buzz Aldrin und Neil Armstrong 1969 zur ersten Mondlandung geflogen – und wieder zurück. Für uns ist Collins eine Inspiration. Denn als Spitzeninstitut der rund 850 Genossenschaftsbanken in Deutschland glauben wir an Partnerschaften, bei denen jeder sich in den Dienst einer großen Sache stellt, damit das gemeinsame Ziel erreicht wird. Mehr über Partnerschaftlichkeit erfahren Sie unter: [dzbank.de/haltung](https://dzbank.de/haltung)



**DZ BANK**  
Die Initiativbank

# 2 MITTELSTAND

Die Welt | Dienstag, 19. Mai 2020

## Zurück in die **SCHWARZEN** Zahlen

Für die Tischlerei Paepcke aus Hamburg stellt die Betriebsversammlung am 20. Mai eine Premiere dar: Es ist die erste während der Arbeitszeit, und auf der Agenda steht das Thema Kurzarbeit. Dabei soll möglichst jeder Mitarbeiter mal eine Woche aussetzen. Entlassungen sind für Arne Paepcke, den Inhaber, keine Option: „Wir könnten dann keinen großen Auftrag mehr annehmen.“

Es gibt kein Patentrezept dafür, wie Mittelständler den Restart nach der Pandemie bewältigen können – aber viele Möglichkeiten



In der Tischlerei Paepcke brach der Umsatz ein. Schwierige Zeiten, die man aber auch für einen Umbau der Firmenkultur nutzen möchte

VON CHRISTINA ANASTASSIOU  
Ein weiteres Thema bei der Versammlung wird sein, die Abläufe in dem 25-köpfigen Betrieb demokratisch zu gestalten. „Meine Leute sollen mitbestimmen“, sagt der Tischlermeister, der einen Corona-KfW-Kredit in Höhe von 400.000 Euro beantragen will. Der Umsatz „wurde durch Corona in den Monaten März und April mehr als halbiert.“ Das Mehr an Demokratie soll neben dem KfW-Kredit und der Kurzarbeit helfen, durch die Pandemie zu kommen und den Aufschwung hinterher finanziell zu stemmen. Der Tischlermeister bezeichnet die Krise als „unsere Chance, in Zukunft anders zu arbeiten.“ Das bedeutet, die Kosten im Betrieb zu senken, weil seine Mitarbeiter „eigenverantwortlicher denken und handeln.“ Für Jan-Willem Roes hingegen geht es zunächst darum, „die Krise zu überstehen“, sagt der Geschäftsführer der Party Rent Hamburg – Bernard & Roes GmbH aus Reinbek. Der Veranstaltungsausstatter mit derzeit 10 Mitarbeitern ist ein selbstständiger Betrieb unter dem Dach der Party Rent Group aus Bocholt, die rund 950 Beschäftigte hat. Ende Februar war Bernard & Roes „eine der ersten Betroffenen“ der Pandemie. Der Umsatz im zweiten Quartal ist fast komplett eingebrochen. Das Unternehmen kann einen KfW-Corona-Kredit in ungenannter Höhe abrufen,

und Roes ist mit seinem Partner aus der Geschäftsführung „die Kostenstruktur durchgegangen“. Die erste „Notbremßmaßnahme war ein Investitionsstopp“. Zudem sind die Mitarbeiter in Kurzarbeit, die Steuervorauszahlung ist auf Null gesetzt, die Tilgungen für Kredite wurden gestundet. Ein Drittel der Firmenwagen sind abgemeldet, Verträge mit Reinigungsservice und Gärtner liegen auf Eis.

Parallel dazu bietet Roes Supermärkten und Behörden Logistik-Dienstleistungen an. Und überlegt, „an anderen Stellen Geld zu verdienen.“ Schließlich habe man Lager- und Transportkapazität, beschäftige Tischler und Elektriker. Der Eventausstatter und Tischler sind zwei von vielen Betroffenen. Eine repräsentative Sonderbefragung von KfW Research auf Basis des KfW-Mittelstandspanels zeigte Anfang April, dass 58 Prozent beziehungsweise über 2,2 Millionen Mittelständler im März Umsatzeinbußen wegen der Maßnahmen zur Corona-Eindämmung hatten. Den Firmen gingen durchschnittlich 53 Prozent ihrer für diesen Monat typischen Umsätze verloren.

Die Umsatzeinbußen treffen den Mittelstand „immerhin gewappnet“, sagt die Chefvolkswirtin der KfW Bankengruppe, Fritzi Köhler-Geib. Denn die Eigenkapitalquote sei seit der Jahresauswertung von rund 18 Prozent auf 31,2 Prozent gestiegen. Der Experte zufolge „müssen wir jetzt einen Weg finden, zugleich Leben und Lebensunterhalt zu schützen.“

Die Erholung werde Zeit kosten, und dabei helfe ein Mix aus Hilfsprogrammen, Liquiditätsreserven der Mittelständler sowie einer Anpassung der Geschäftsmodelle. Fritzi Köhler-Geib hofft, dass die Firmen den „Erfindergeist und das Bewusstsein für den Mehrwert der Digitalisierung aus der Pandemie mitnehmen in die Investitionen nach der Krise.“

Rainer Kambeck vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), empfiehlt für den Restart das Einführen steuerlicher Maßnahmen, von denen „alle Unternehmen profitieren können.“ Laut dem Leiter des Bereichs Wirtschafts- und Finanzpolitik, Mittelstand sollten Investitionsanreize geschaffen werden, zum Beispiel durch eine beschleunigte Abschreibung und bereits vor der Krise diskutierte steuerliche Entlastung einbehaltener Gewinne.

Kambeck hebt hervor, es sei „für die meisten Unternehmen eine Riesenerausforderung, durch die Krise zu kommen.“ Im Zuge der Finanzkrise 2009 sei die Wirtschaft um fünf Prozent eingebrochen, und für 2020 „erwarten Bundesregierung und Experten einen deutlich stärkeren wirtschaftlichen Einbruch.“

Thomas Dorbert, Partner bei der Beratungs- und Prüfungsgesellschaft KPMG, gibt zu bedenken, dass Firmen, die ihren Kunden dreimonatige Zah-

lungsziele einräumen, „momentan noch Gelder aus der Zeit vor der Krise bekommen“. Ab Juni „fehlen die März-Einnahmen“, aber die Produktion müsse wieder anlaufen. Unternehmen könnten so „in eine Zahlungsunfähigkeit kommen, was sich viele noch nicht klarmachen“, sagt der Finanzierungsexperte.

Christine Rademacher, Leiterin strukturierte Finanzierungen bei der Commerzbank, erwartet während und nach der Corona-Krise viele weitere Anfragen nach „klassischen Betriebsmittel- und Investitionsfinanzierungen“. Zudem sei „Kreativität gefragt“, abhängig davon, wie viel Verschuldung eine Firma verträgt. Möglichkeiten sei-

en Factoring, also der Forderungsverkauf, und beispielsweise Pay-per-Use-Kredite für Maschinen. Diese würden entsprechend der Nutzung des Investitionsobjekts getilgt.

Was empfehlen Handels- und Handwerkskammern? Dem stellvertretenden Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer zu Lübeck, Nils Thoralf Jarck, zufolge denken immer mehr Mittelständler darüber nach, sich „nach der Krise optimiert aufzustellen“. Er rät für den Restart, „engen Kontakt“ zum Steuerberater und zur Hausbank zu halten. Hartmut Drexel von der Handwerkskammer für München und Oberbayern legt Betrieben ans Herz, ihre Kosten zu prüfen und Kostenfresser zu minimieren, etwa bei Fuhrpark und Lagerware. „Zudem sollten sie ihr Eigenkapital stärken“, sagt der Geschäftsbereichsleiter Beratung, was aber „gerade in der momentanen Corona-Krise nicht einfach“ sei. Als Maßnahmen schlägt er vor, bei den Ausgaben zu sparen, Gewinne einzubehalten und das Forderungsmanagement zu verbessern.

Norbert Ussleber, Betriebsberater bei der Handwerkskammer Hamburg, fügt hinzu, die Betriebe müssten „aller Kraft so weitermachen wie vor der Krise.“ Wichtig sei jetzt, „die Fähigkeit, sich und andere zu motivieren.“

WIR MÜSSEN JETZT EINEN WEG FINDEN, LEBEN UND LEBENSUNTERHALT ZU SCHÜTZEN

FRITZI KÖHLER-GEIB  
KfW-Chefvolkswirtin

### Tipps für den Neubeginn

KPMG-Partner Thomas Dorbert empfiehlt Mittelständlern drei Schritte für den finanziellen Aufschwung nach der Krise.

**Schritt 1:** Basis ist eine hohe Transparenz gegenüber potenziellen Geldgebern. Der Unternehmer sollte also über Szenarien nachdenken, wie schnell sein Geschäft nach dem Stillstand des öffentlichen Lebens wieder aufleben könnte. „Dazu gehört ein positiveres Szenario und eines für den schlechtesten Fall“, sagt Dorbert. Die Bank müsse den Eindruck gewinnen, dass die Firma ihre Situation überblicke und realistisch einschätze. Entsprechende Fragen lauten: Welche Folgen haben der Stutzen kurz- und mittel- bis langfristig für mein Geschäft? Wie schnell läuft es wieder hoch? Wie muss ich mein betriebsnotwendiges Vermögen planen? Habe ich Außenstände bei meinen Kunden? Wer seien Kunden zum Beispiel ab heute wieder ein Zahlungsziel von 60 Tagen einräumt, „hat zwischendurch keine Einnahmen“, sagt Dorbert. Der Mittelständler sollte daher mit seinen Abnehmern sprechen, die Zahlungsziele verkürzen oder sogar um Vorauszahlungen bitten. Parallel solle er sich bei seinen Lieferanten

um ein längeres Zahlungsziel für sich selbst bemühen.

**Schritt 2:** Als dann gilt es, zusätzliche Liquiditäts-Spielräume zu suchen – über Banken oder auch alternative Geldgeber. Ansprechpartner Nummer 1 ist laut Dorbert die Hausbank, der zweite sind Fremdbanken, die „in guten Zeiten signalisiert haben, dass sie an einer Geschäftsbeziehung interessiert sind“. Winken die Banken ab, kommen Mezzanine-Produkte in Frage, sprich Zwitter aus Eigen- und Fremdkapital, oder anderes Nachrang-Kapital. Als vierte Möglichkeit nennt Dorbert eine auf Vermögenswerten beruhende „Asset-Finanzierung“, viele Mittelständler haben ein Grundstück in der Bilanz, können eine Lagerfinanzierung machen oder Factoring, also Forderungsverkauf, rät er. Eine weitere Alternative seien Investoren, ob nun sogenannte Debt Funds, Private-Equity-Geber oder Family Offices.

**Schritt 3:** Nun folgt die Umsetzung. Dabei ist es „wichtig, mehrere Optionen parallel anzugehen“, sagt Dorbert. Er sieht „immer wieder“ Unternehmer, die nur auf ihre Idealisierung hinarbeiten und Monate verstreichen lassen, wenn diese nicht klappen sollte.

# SECURE NEW WORK

## LASTPASS IDENTITY – SICHERE IDENTITÄT AUCH IM HOME-OFFICE

Die aktuelle Situation stellt neue Anforderungen an die IT-Sicherheit: Home-Office und Remote Work erfordern mehr Kontrolle für die IT und einfache Handhabung für die Mitarbeiter.

LastPass Identity ist dafür die All-in-One-Lösung:

- Reduziert Sicherheitsrisiken auch im Home-Office
- In bestehende IT-Strukturen integrierbar
- Zugang und Authentifizierung als Identity-as-a-Service

Alle Infos: [www.lastpass.com/identity](http://www.lastpass.com/identity)

## Schneller an sein Geld kommen

Finanzierung mit Factoring verschafft Unternehmern mehr Planungssicherheit

Während der Corona-Krise legt Dirk Preß noch mehr Wert darauf als sonst, zu wissen, wie zahlungskräftig seine Kunden sind. Der Geschäftsführer des Kelheimer Arbeitsbühnen-Vermieters GL Hausbank, eine Eigenkapitalquote von 25 Prozent und blickt auf „drei gute Jahre“ zurück. Doch das Geschäft ist „exportorientiert“, was zu einem Umsatzrückgang im April führte. Das Unternehmen hat daher unter anderem Steuerstundungen beantragt und peilt einen KfW-Corona-Kredit an. Die alternative Finanzierung ist dem Unternehmer wichtig – er habe „in schwierigen Situationen erlebt, dass Banken sich zurückziehen“.

Der Stahlhändler und der Arbeitsbühnen-Vermieter sichern sich zwar nicht erst seit Beginn der Corona-Krise über Factoring gegen Zahlungsverzögerungen und -ausfälle ab und erhalten kurzfristig Liquidität. Aber beide sehen gerade jetzt Vorteile in dieser Finanzierung. Thomas Günter, Regionalleiter Vertrieb Factoring beim Finanzdienstleister abnaceance aus Köln, bezeichnet Factoring als Möglichkeit, sich „breiter aufzustellen“ neben dem Hausbank und einem KfW-Corona-Kredit. „Andererseits bei einem Kredit hole ich mir Geld, das ich bereits erwirtschaftet habe.“ Eva Sartorius von der A.B.S. Global Factoring AG in Wiesbaden hebt hervor, dass die Verschuldung eines Unternehmens mit einem KfW-Corona-Kre-

dit steigt. Factoring ermögliche einem Unternehmen, sich auf sein Wachstum zu konzentrieren, ohne „immer wieder bei der Bank zu stehen, um den Kredit zu erhöhen“.

Nach Ansicht des Finanzierungsexperten Andreas Rams von der Beratungs- und Prüfungsgesellschaft PwC lohnt sich diese alternative Finanzierungsform „grundsätzlich immer und für alle Unternehmen, die entsprechende Forderungen zum Kauf anbieten können“. Denn Factoring verschaffe einen zusätzlichen Spielraum neben der Banklinie. Kaufe eine Factoring-Gesellschaft Forderungen an, bekomme der Mittelständler nach Abzug eines laut Rams „risikogerechten Zinssatzes sowie weiterer Gebühren“ 90 bis 95 Prozent und mehr des Geldes. Nehme eine Bank ein Forderungs-Portfolio als Sicherheit, gäbe sie darauf einen „Kredit in Höhe von 30 bis 70 Prozent“.

Rams hält es für schwierig, wenn eine finanziell angeschlagene Firma mit Factoring beginnen will. Denn die Anbieter prüften die Bonität der Unternehmen sehr genau und „kurzen schnell die eingeräumten Factoring-Linien, wenn sie merken, dass die Abnehmer ihrer Kunden nicht rechtzeitig zahlen“. Um mit einer Factoring-Gesellschaft ins Geschäft zu kommen, sollten Mittelständler die eigenen Bonitätsunterlagen „gut sortiert mitbringen“, ein „qualifiziertes Forderungsmanagement“ vorlegen und mehrere Angebote vergleichen.

VON CHRISTINA ANASTASSIOU

Zahlt ein Kunde des Unternehmens seine Rechnungen an anderer Stelle zu spät, „erfährt es unsere Factoring-Gesellschaft abnaceance vor uns“, sagt Preß. Denn sie prüft regelmäßig die Bonität der Kunden, stellt also eine Art Frühwarnsystem dar. „Wir haben Planungssicherheit, auch in der Corona-Krise“, sagt der Geschäftsführer. Die schnelle Liquidität aus dem Factoring ermöglicht es ihm, Skonti bei seinen eigenen Lieferanten zu ziehen.

Auch ein Stahlhändler, der nicht namentlich genannt werden möchte, nutzt Factoring. Er räumt seinen Kunden Zahlungsziele von 30 bis 120 Tagen ein, und sein Factoring-Partner be-

Sie war noch ein Kind, als in ihrem Heimatort Radeweise bei Spremberg die Bagger anrückten und das Dorf unter ihre Schaufeln nahmen. Das war Mitte der 1980er-Jahre. Radeweise musste der Kohle weichen, dem Tagebau Welzow im Lausitzer Revier. Für Christina Grätz (45) war das eine so einschneidende Erfahrung, dass sie als Jugendliche in den Widerstand gegen die Braunkohle trieb. Doch irgendwann wollte sie „nicht mehr nur dagegen sein“ – und nutzte die Chance, die das nahe Ende der Braunkohle ihr bot. Heute führt sie drei Firmen. Und hat eine Vision: der Lausitz ein neues Gesicht zu geben. Die vom Tagebau geprägte und gezeichnete Region soll sich zu einem Kompetenzzentrum für Wildpflanzen entwickeln.

VON KATRIN STARKE

Zehn Jahre lang arbeitete Christina Grätz als Gutachterin im Umweltbereich, dokumentierte das Aussterben von Arten, das Verschwinden von Biotopen – und suchte nach Möglichkeiten, denn etwas entgegenzusetzen. 2011 gründete die diplomierte Biologin das Unternehmen Nagola Re. Der Name kommt aus dem Sorbischen, bedeutet „auf der Heide“. Die ersten Aufträge bekam Grätz mit ihrem Ingenieurbüro für Naturschutzgutachten, Renaturierungsplanung und Begrünung vom Lausitzer Bergbaukonzern LMBV. Unzählige Hektar trübte Kippenböden auf stillgelegten Tagebauflächen rund um Jämschwalde haben Grätz und ihr Team in „blühende Landschaften“ verwandelt – in Wildwiesen.

„Die Rekultivierung in Jämschwalde ist fast abgeschlossen“, sagt die Unternehmerin. Doch ihr ist deswegen nicht bange. „Wir können mit unserem Konzept weltweit arbeiten, zum Beispiel beim Küstenschutz.“ Auch bei der Begrünung ehemaliger Deponien ist ihr Know-how gefragt. Das „naturnaher-gewre Saatgut“, rund 130 Wildpflanzenarten, baut sie selbst an in ihrem eigenen Landwirtschaftsbetrieb „Narola“, was sorbisch so viel wie „auf dem Acker“ bedeutet. Dass seit März nur noch Saatgut aus heimischen Vorkommen ausgebracht werden darf, spielt ihr in die Hände. „Die Nachfrage ist groß, denn das gilt für alle Flächen außerhalb von Land- und Forstwirtschaft und privaten Gärten.“ Vor zwei Jahren hat Christina Grätz mit ihrer Schwester Undine Janetzky (53), Ernährungsexpertin und seit 25 Jahren Wildpflanzenköchin, eine dritte Firma gegründet: In der „Lusiza“ produziert sie Nahrungsmittel aus Wildpflanzen.

Der Bergbaukonzern LMBV besuchte auch Sven Jany und seiner Firma Milan Gesevice mit Hauptsitz in Kamenz die ersten Aufträge. Der gebürtige Lausitzer ist mit der Braunkohle groß geworden. Der eine Opa war Elektroteiger, der andere Tagebauleiter. Er selbst absolvierte Mitte der 1980er-Jahre eine Ausbildung zum Bergbautechnologen, studierte anschließend an der Bergakademie Freiberg Markscheidewesen und Geodäsie. Mehr als 1000 Schichten im Tagebau hatte er auf dem Buckel, als er die Elemente wechselte und in die Luft ging.



Mit Technik für Freizeitparks, etwa die Beleuchtung der Acherbahn Blue Fire, überzucht die Firma EMIS auch internationale Kundschaft

## Zukunftslabor LAUSITZ

Im früheren Bergbaugelände entdecken Unternehmer mit Erfolg neue Geschäftsfelder

Jany entwickelte eine innovative Vermessungsmethode, das luftgestützte Laserscanning. Dabei werden mittels eines Scanners, der an einem Flugzeug oder Helikopter angebracht wird, Daten von der Erdoberfläche gesammelt und daraus digitale Geländemodelle erstellt. Das „Airborne Laserscanning“ ist eine

der zentralen Dienstleistungen von Jany zur Jahrtausendwende gegründeten Firma. „Die Bergbaufolgelandschaften, das sind Hunderttausende von Hektar. Mit herkömmlicher Vermessung würde man da ewig brauchen“, sagt der Ingenieur. Außerdem dürften viele Flächen gar nicht betreten werden oder seien aufgefördert worden. „Der Laser kommt durch die Vegetation hindurch.“

Es sei praktisch gewesen, den ersten Kunden „gleich vor der Haustür“ zu haben. Doch um sich nicht von einem Auftraggeber abhängig zu machen, schaute Jany „über den Tellerand des Lausitzer Bergbaus“ hinaus. „Gerade haben wir die Zugschneise mit unseren Scannern erfasst“, erzählt er. Für das Land Niedersachsen hat er die friesischen Inseln überflogen. Die aus den Laserpunkten gewonnenen Reliefs zeigten den Leuten vom Küstenschutz, wo Stürme im Uferbereich Land abgetragen hätten. Auch in Bolivien und Venezuela, in Indonesien und der Mongolei war Jany mit seinen Flugzeugen und Helikoptern im Einsatz. Wobei er die Qualität der Scanner immer weiter verbessert hat: Lieferante sei anfangs 1000 Messwerte, sind es aktuell zwei Millionen Daten – pro Sekunde. Der Sanierungsbergbau macht heute nur noch gut ein Fünftel seines Geschäfts aus.

Auch bei der Firma EMIS mit Hauptsitz in Lübbenau hat man sich eine ganze Reihe neuer Geschäftsfelder gesucht. Zwar erzählt Geschäftsführer Christo-

pher Persch (34) noch ab und an die Geschichte, wie sein Vater Eberhard Anfang der 1990er-Jahre seine Lada verkaufte, um Startkapital für die Gründung des Unternehmens zu haben. Aber die Nachwendzeit, als die Uhr für die älteren Kraftwerke in der ehemaligen DDR tickte und der damalige Betriebsleiter Eberhard Persch die EMIS als Ausgründung aus den Kraftwerken Lübbenau und Vetschau an den Start brachte, ist Geschichte. Schnell war

klar: Nur mit Serviceleistungen für Kraftwerke würde sich die neue Firma nicht über Wasser halten können.

Heute liefert die EMIS unter anderem Lichtlösungen für Fahrgeschäfte, beispielsweise Unterbodenbeleuchtung für Acherbahnzüge. Nur noch rund 15 Prozent des Umsatzes mache man im Bereich der konventionellen Energieversorgung. Die Freizeitparks dagegen seien ein wachsender Markt. „Deren Ausstattung, aber auch Instandhaltung

und Wartung – und da kommt die Industrie 4.0 ins Spiel“, sagt Persch junior. So hat die EMIS ein System entwickelt, mit dem alle Daten eines Fahrgeschäftes überwacht werden können. In zehn Freizeitparks ist das System im Testlauf – von Dänemark bis Australien. „Der Kunde vor Ort setzt sich eine Virtual-Reality-Brille auf und wir können ihn durch die Anlage führen.“ Das System warnt frühzeitig bei sich ankündigenden Fehlern, weist auf anstehenden Wartungsbedarf hin. Und wenn die Freizeitparks wegen der Corona-Krise auf längere Zeit geschlossen bleiben? Persch zuckt die Schultern: „Das System ist auf viele Industriebereiche übertragbar.“ Das mache schließlich einen Unternehmer aus – seine Firma an sich verändernde Märkte anzupassen.

Das hat auch Michael Stein beherzigt, Chef der Kraftwerks-Service Cottbus Anlagenbau GmbH (KSC). 1996 „ausgegliedertem“ Servicepersonal des damaligen Lausitzer Kraftwerksbetreibers VEAG gestartet, verdiente die KSC ihr Geld anfangs vornehmlich in der Kraftwerkstandortsetzung. Noch immer hat die Firma ihre Stützpunkte in den Kraftwerken Jämschwalde, Hagenwerder und Lippendorf, unterhält zudem Betriebsstätten in den Kraftwerken Schwarze Pumpe, Cottbus und Boxberg. Doch Stein weiß, dass sich die Firma rüsten muss für die Zeit nach der Braunkohleversorgung. „Unsere Kompetenzen im Rohrleitungsbaus im Stahl- und Behälterbau werden auch danach gefragt sein“, ist er überzeugt. In Müllverbrennungsanlagen ebenso wie in Milchwerken. „Auch eine Molkeerei braucht Prozesswärme, auch dort müssen energierelevante Baugruppen ausgetauscht und neu errichtet werden.“

Die KSC werde sich vom Servicebetrieb mehr und mehr zum Anlagenbauer entwickeln. Stein denkt in Richtung der Fernwärmeversorgung. „Energie wird zunehmend dezentral erzeugt, da sehen wir Chancen für uns.“ Wobei er sich wünscht, dass die Banken den Unternehmen bei der Bewältigung des Strukturwandels „mit mehr Risikofreudigkeit“ zur Seite stünden.



Sie kümmert sich um die Ernährung der Zukunft: Undine Janetzky hat sich auf Wildpflanzen spezialisiert

## Vorsprung durch Digitalisierung

Selbst kleine Läden haben in der Krise gelernt und stellen sich online besser auf

Wir hätten gern 100 Gramm von diesem leckeren Tee, den wir im Urlaub bei Ihnen gekauft haben. Er hat nach Birne geschmeckt und war definitiv kein Grüntee.“ Lutz Hinze zeigt die Postkarte, die Kunden an „Eddas Tee-Lädchen“ in Bad Doberan geschickt haben. Nicht selten, dass Touristen bislang auf diesem Weg Kontakt mit dem Teegeschäft im Herzen des mecklenburgischen Kurbaudes aufnehmen. Urlauber, die ihren Ostseeaufenthalt für eine Tour mit der Dampfbahn „Molli“ nutzen, machen das Gros der Kundschaft von Edda Pleban und Lutz Hinze aus.

VON KATRIN STARKE

Doch im Zuge der Corona-Krise mussten die Urlauber daheimbleiben. Edda Pleban und Lutz Hinze nutzten die Zeit: Anfang Mai ist ihre neu gestaltete Website www.eddaste.de an den Start gegangen. „Wir hatten vorher eine grotten schlechte Internetseite, auf der nur ein paar PDFs abgelagert waren“, gibt Hinze zu. Im Geschäftsaltag sei das „auf der Strecke geblieben“. Schon lange wollte das Paar einen eigenständigen Online-Shop einrichten. „Jetzt in der Krise haben wir endlich den Punkt gefunden“, sagt Inhaberin Edda Pleban. Tagelang sah die 60-Jährige am Rechner, um Zutatenlisten und Beschreibungen einzutippen – immerhin sind von Earl Grey mit Bergamotte-Note bis zur

„Gute Laune“-Früchteeemischung um die 200 Sorten im Sortiment. Hinze erholte sich Rat beim Innovationszentrum Moderne Industrie Brandenburg, das an der Technischen Universität in Cottbus angedockt ist, ließ sich von den Wissenschaftlern Potenzial- und Schwachstellenanalysen erstellen, beauftragte beim brandenburgischen Wirtschaftsministerium Fördermittel aus dem Innovationsprogramm „BIG Digital“ und beauftragte eine Firma mit der Installation intelligenter Hardware. Um die 300.000 Euro würde er wohl in die Hand nehmen müssen, schätzte der Unternehmer ein, „um unseren Workflow zu vereinheitlichen und auch für unsere Kunden nachvollziehbar zu gestalten“. Jetzt sollen Bohr- und Fräsmaschine, Plasmaschneider und Pulverberechnung miteinander vernetzt werden. „Bis Juni 2021 soll alles fertig sein.“

Einen längeren Zeitraum im Blick hat Thomas Ebert, Chef der Schönbörner Armaturen GmbH in Döberlug-Kirchhain. Unter dem Motto „Industrie 4.0 ist Wasser 4.0“ will er die Wasserwirtschaft bei der Digitalisierung ihrer Netzwerke unterstützen. „Wir wollen Lösungen entwickeln, wie man die Temperatur digital kontrollieren und gezielt beeinflussen kann“, sagt Ebert. Eigens für das Projekt hat er drei Konstrukteure eingestellt, gerade erst im April. Im Zuge der Corona-Krise hätten wohl einige ihrer Jobs verloren. „Für uns war das Chancen, neue Personal zu finden.“

ANZEIGE

FORD BUSINESS

# ALL-IN FÜR IHR BUSINESS.

### FORD GEWERBEWOCHEN

**DER NEUE FORD KUGA ST-LINE PLUG-IN HYBRID  
MONATLICHE FORD LEASE FULL-SERVICE-RATE  
€ 289,- NETTO <sup>1,2</sup> (€ 343,91 BRUTTO)**

Ob Hybrid, Benzin oder Diesel, ob Komfort, Assistenzsystem oder Konnektivität – mit den Ford Gewerbewochen bieten wir Ihnen genau die Auswahl, die Sie im Business weiterbringt. Alles mit einem besonders starken Angebot und zusätzlich staatlichem Umweltbonus<sup>1</sup>.

Mehr Informationen unter [ford.de/gewerbewochen](https://ford.de/gewerbewochen)

Ford

BEREIT FÜR MORGEN

Kraftstoffverbrauch (l/100 km nach § 2 Nr. 5, 6, 6a Pkw-EnVKV in der jeweils geltenden Fassung): 2,9–12 (kombiniert); CO<sub>2</sub>-Emissionen: 66–26 g/km (kombiniert); Stromverbrauch: 20,53–15,8 kWh/100 km (kombiniert).

Beispielfoto eines Fahrzeuges der Beuthe. Die Ausstattungsmomente des abgebildeten Fahrzeuges sind nicht Bestandteil des Angebotes. Bitte beachten Sie unsere neue Angebot zum neuen Ford Explorer Plug-in-Hybrid. Ford Lease ist ein Angebot der ALD Autoleasing GmbH, Vorderfeld 95, 22529 Hamburg. Für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z. B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). Das Ford Lease Full-Service-Paket ist optional erhältlich und für die Ford Lease Full-Service-Rate berücksichtigt. Eingeschlossen sind Wartungs- und Inspektionsleistungen sowie einfallende Verschleißreparaturen v. x-nd-nst-namig-umfang und ohne Leasing-Sonderzahlung. Bei weiteren Fragen zu Details und Abrechnungen zu allen Services wenden Sie sich bitte an Ihren Ford Partner. Nur erhältlich im Rahmen des Ford Leases-Gründungs- Z.B. der neue Ford Kuga ST-Line Plug-in-Hybrid 2.5e-Duales Plug-in-Hybrid-Modell mit 275 kW Leistung gesamt 93 kW (225 PS), CVT-Altantriebsaggregat inklusive Metall-Verlängerung, ohne Leasing-Sonderzahlung, bei 36 Monaten Laufzeit und 30.000 km Gesamtkilometerleistung. Leasingrate auf Basis einer UfE vor € 35.462,10 netto (€ 42.200,- brutto), zzgl. Überführungskosten. Die Rate enthält das Ford Lease Full-Service-Paket zum Preis von € 723 netto (€ 870 brutto) monatlich. Ford-Leasing ist der Ford-Ford oder Leasing) Premium Ford Kuga ST-Line Plug-in-Hybrid. Alle Informationen rund um die Beantragung des staatlichen Umweltbonus erhalten Sie über das Online-Portal [www.ford.de](https://www.ford.de). Detail bei allen teilnehmenden Ford Partnern.

# 4 MITTELSTAND

Die Corona-Krise beeinträchtigt derzeit wohl jede Branche. Besonders hart aber hat es Gastronomie und Hotellerie erwisch. „Wir waren eine der ersten Branchen und die größte, die betroffen war“, sagt Ingrid Hartges, Geschäftsführerin des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (Dehoga). Schon seit dem 1. März hatten viele Event-Caterer und Zulieferer keine Umsätze mehr, da das Messe- und Veranstaltungsgeschäft ad-hoc stillstand.

VON KATRIN REISINGER

Wie schnell es gleich am Anfang bergab ging, zeigt eine Zahl vom 6. März: Zu dieser Zeit hatten laut Dehoga bereits 76 Prozent der Gastro-Betriebe einen Umsatzrückgang von rund 30 Prozent. In der zweiten Märzwoche sank der private Nachfrage, dazu kam, dass Clubs, Diskotheken, Kneipen und Bars schließen mussten, Restaurants durften nur noch tagsüber geöffnet bleiben. Seit dem 22. März war dann alles geschlossen, dazu kam das Verbot touristischer Übernachtungen, Geschäftsreisen fanden kaum noch statt.

Eine ganze Branche komplett auf Null gefahren – gespenstig. Das heißt jetzt im Mai, dass zwischen Sylt und Friedrichshafen, zwischen Rügen und Berchtesgaden mehr als 70.000 der 223.000 Unternehmen vor der Insolvenz stehen. Restaurants, Hotels, Pensionen, Caterer, Diskotheken, Bars und Kneipen und viele andere Gastronomen wissen trotz langsam wieder zugelassener Öffnung nicht, ob sie durchhalten werden. Gerade der private Gastro-Betrieb und die Beherbergungsbetriebe haben fast keine Liquidität mehr.

95 Prozent der Beschäftigten der gesamten Branche sind in Kurzarbeit. Das sind etwas mehr als eine Million Menschen. Das Kurzarbeitergeld haben viele Betriebe vorstrecken müssen und bis heute zum Teil noch nicht bekommen. „Der Zugang in Arbeitslosigkeit im April stieg im deutschen Gastgewerbe um nie dagewesene 208,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Das ist die höchste Steigerung aller Branchen der deutschen Wirtschaft. Das sind katastrophale Zahlen. Das Gastgewerbe liegt am Boden“, sagt Guido Zöllick, Präsident des Dehoga-Bundesverbandes.

Die Zahlen würden laut Zöllick eine Branche treffen, die in den letzten zehn Jahren mehr als 300.000 neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze geschaffen hat. Eine Branche, die noch im Februar, vor weniger als drei Monaten, dringend Fachkräfte suchte. Das Hotel- und Gastro-Gewerbe hat einen Anteil von zehn Prozent an den kleinen und mittelständischen Unternehmen in Deutschland. Die Masse sind kleine Betriebe. Rund zwei Drittel haben unter zehn Beschäftigte. Ein Drittel hat einen Jahres-Umsatz von unter 100.000 Euro. Da ist alles knapp gestrickt.

Um der Branche zu helfen, hat die Politik beschlossen, die Mehrwertsteuer auf Speisen von 19 auf sieben Prozent zu senken. Ingrid Hartges: „Sieben Prozent Mehrwertsteuer auf Speisen haben wir schon seit langem gefordert. Weil im Lebensmittel-Einzelhandel und im Liefergeschäft Speisen schon immer für sieben Prozent Mehrwertsteuer verkauft werden, haben wir diesen Wettbe-



Dolce Vita in Zeiten der Pandemie: In Kühlungsborn in Mecklenburg-Vorpommern lassen sich die Gäste im Strandkorb auf der Terrasse des Restaurants „Vielmeer“ verwöhnen

## Der ZOLLSTOCK wird so wichtig wie der Kochlöffel

Umsätze, Gewinne, Mitarbeiter: alles weg. Der schwere Weg des Gastgewerbes zurück an Tisch und Tresen

werbsnachteil ständig beanstandet. Jetzt ist es noch einmal eine andere Situation. Die sieben Prozent greifen erst dann, wenn wieder Umsätze erzielt werden. Dann aber kann die Steuerentlastung den Betrieben helfen, die aufgrund der Abstandsregeln erwarteten Umsatzaufälle ein wenig zu kompensieren. Mittelfristig hilft die reduzierte Steuer, die hohen Kreditverbindlichkeiten zu tilgen. Natürlich wäre es noch besser, wenn wir die sieben Prozent unbefristet und einschließlich alkoholfreier Getränke bekommen würden. Denn vorerst soll sie nur vom 1. Juli dieses Jahres bis 30. Juni 2021 gelten.“

Die Bundesländer fahren Gastronomie und Tourismus nun wieder behutsam hoch. Doch das Abstandsgebot und

die Hygieneregeln bringen deutlich geringere Kapazitäten mit sich. Der ZOLLSTOCK ist nun ebenso wichtig, wie Kochlöffel und Ausschank. Ingrid Hartges: „Wir gehen davon aus, dass für eine sehr lange Zeit höchstens 50 Prozent des vorherigen Umsatzes gemacht werden.“ Auch das könnten viele kleinere Betriebe nicht lange überleben. Zumindest nicht, ohne Mitarbeiter zu entlassen. Sie alle haben hohe Fixkosten, dazu die Gehälter, Versicherungen, Leasinggebühren, und der Unternehmer muss auch noch davon leben. Deshalb fordert der Dehoga seit März einen Rettungsfonds. „Was wir brauchen, sind direkte Hilfen, die nicht zurückgezahlt werden müssen“, erklärt Hartges. Die Finanzhilfen müssten ausnahmslos für alle Be-

WIR SIND DIE ÖFFENTLICHEN WOHNZIMMER DER GESELLSCHAFT

INGRID HARTGES, Dehoga-Geschäftsführerin

triebstypen gelten und im Sinne einer gerechten Ausstattung konzipiert sein. Die Zeit drängt. „Das Geld muss schnellstmöglich fließen, wenn wir nicht vor geschlossenen Kneipen in Dörfern, dichtgemachten Restaurants und Cafés in den Städten und Pleite gegangenen Pensionen stehen wollen.“

Die hohe wirtschaftliche Bedeutung von Gastronomie und Hotellerie tritt jetzt in der Krise besonders deutlich hervor. „Durch die Schließung der Betriebe beklagen auch viele Partner der Branche ganz erhebliche Umsatzeinbußen“, so Hartges. Da sind die Lebensmittel- und Getränkeindustrie, die Molkereien und Brauereien, die Landwirte, Mineralwasserhersteller, Wäschereien, Ausstatter, Innen designer, Dekorateure, Reinigungsfirmen, Fahrdienste. „So liegt die Brauwirtschaft mit ihren vielen mittelständischen Betrieben ebenfalls am Boden. Viele sind auf eine funktionierende regionale Gastronomie angewiesen. Neben Tausenden abgesagten Veranstaltungen ist auch das Exportgeschäft weitgehend zum Erliegen gekommen. Viele Brauereien werden diese Krise ohne Hilfe nicht überstehen.“

Auch der gesamte Tourismus hängt letztendlich am Gastgewerbe. Hartges: „Wir sind die öffentlichen Wohnzimmer der Gesellschaft. Mit der Familie

essen gehen, mit Freunden einen Kaffee trinken, Städtereisen, Wandern, Museen und Kultur. Für den Inlandstourismus sind das zentrale Fragen.“

Bei den Lockerungen ist es Hartges wichtig, dass die Hygiene- und Abstandsregeln möglichst bundesweit einheitlich geregelt werden. Das erleichtert die Kommunikation und das Verständnis dafür, sowohl der Unternehmer als auch der Gäste. Die stufenweisen Öffnungen für Gastronomie und Hotellerie seien erst einmal ein wichtiges Signal für die Branche, jetzt müssen die Rettungshilfen folgen.

Bis Ende August gilt vorerst das Verbot von Veranstaltungen mit mehr als 1000 Menschen. Hartges: „Das heißt für das Eventcatering, Discotheken und Bars, dass noch alles monatelang ruhen wird. Hier müssen Lösungen gefunden werden, um den Unternehmen zu helfen. Eine sehr unbefriedigende Situation gebe es auch bei der Mehrzahl der Pachtbetriebe der Branche: „Verpächter bestehen weiterhin auf der vollen Pachtzahlung, obwohl sie wissen, dass das Hotel oder Restaurant keine Einnahmen hat. Hier gibt es dringenden gesetzgeberischen Handlungsbedarf.“ Der Dehoga fordert ein Recht auf Pachtminderung bei solchen unvorhergesehenen Ereignissen wie der Pandemie.

## Stresstest für Unternehmer und ganze Branchen

Die Krise kennt unzählige Verlierer, aber auch Gewinner. Es profitieren vor allem jene Firmen, die jetzt auf eine solide IT-Infrastruktur bauen können

Erfolgsfaktor in der Krise ist die Digitalisierung. Wer seine Mannschaft bereits mit Laptops ausgestattet hat und Kunden digital bedienen kann, bei dem gehen die Geschäfte weiter. Dagegen müssen alle diejenigen Kurzarbeit anmelden, die direkt am Menschen arbeiten.

VON LEILA HAIDAR

So auch Manfred Hegenloh. Der Besitzer des gleichnamigen Departr Reisebüros im schwäbischen Göppingen ist seit Wochen nur mit Urlaubs-Stornierungen beschäftigt. Seine zwölf Mitarbeiter hat er in Kurzarbeit geschickt, sie betreuen Bestandskunden abwechselnd vom Homeoffice und vom Büro aus. „Trotz Kurzarbeitergeld und Wirtschaftshilfen decke ich nicht einmal Fixkosten wie Miete, Personal und Versicherungen“, berichtet Hegenloh, der seinen Umsatzrückgang auf etwa 80 Prozent beziffert.

Er selbst verbringt jeden Tag, auch am Wochenende, rund zehn Stunden am Arbeitsplatz, um beispielsweise im Ausland gestrandete Menschen zurückzuholen. Parallel wickelt er Pauschalreisen ruck und storniert Flüge – doppelte

Arbeit für Null Einkommen. Ein Ende der Krise ist erstmal nicht in Sicht: „Ich hoffe in diesem Jahr noch auf ein wenig Inlandstourismus und auf den Anstieg der Dienstreisen. Vor Ostern nächstes Jahr sind aber keine größeren Umsätze möglich“, so der Inhaber. Richtig losgehen werde es erst wieder ab 2022, wenn Corona-Medikamente und -Impfstoff zur Verfügung stehen. „Ich rechne damit, dass rund die Hälfte aller Reisebüros in Deutschland diese Krise nicht überstehen wird. Wir hoffen, durch guten Kundenservice zu punkten und dass die Urlauber uns dann die Treue halten, wenn Reisen wieder möglich ist.“

Wie den Unternehmen im Bereich Tourismus geht es auch den Fitnessstudios derzeit an die Substanz. Auch ihnen bleibt nur, auf die Solidarität ihrer Mitglieder zu hoffen. Mit digitalen Trainings, Gutscheinen und Laufzeitverlängerungen versuchen Sportstudios ihre Kunden zu halten.

Zahlreiche Einrichtungen setzen auf die New Yorker Online-Plattform „Classpass“, auf der übergreifend Online-Kurse im Livestream gebucht werden können. Um die Studios zu unterstützen, verzichtet der Plattformbetreiber bis Ende Mai auf seine Provision. An-



Easysoft-Geschäftsführer Andreas Nau freut sich über den Erfolg seiner Software für Pflegedienste

dere Anbieter offerieren eigene Online-Kurse, wie etwa eine der größten Ketten, „Fitness First“, sowie die „Elements“-Studios.

Beide Ketten wollen die Mitgliedschaft ihrer Kunden nach Ende der Schließung kostenfrei um die ausgefallene Zeit verlängern. Für die Studios sei diese Verschiebung wirtschaftlich sinnvoll heißt es dort. Denn dann kämen die Beitragsausfälle nicht gebündelt, sondern verteilen sich auf mehrere Monate. Wahlweise seien bei „Fitness First“ allerdings auch Trainingsgutscheine oder ein Upgrade der Mitgliedschaft möglich. Insgesamt sprechen die Inhaber von Ausfällen in mehrstelliger Millionenhöhe, bei weiterlaufenden Kosten.

Nicht ganz so hart erwisch hat es die IT-Branche: Die Softwareschmiede Easysoft lässt sich wohl im Mittelfeld zwischen Verlierern und Gewinnern der Krise einordnen. So verschieben Kunden die Einführung neuer Software. Dagegen hat das Metzinger Unternehmen die Online-Plattform „Jeder zählt“ entwickelt. Mit ihrer Hilfe sollen Krankenhäuser oder Pflegeeinrichtungen zumindest für die akute Situation Pflegepersonal zurückgewinnen.

Denn viele Menschen haben zwar eine Pflegeausbildung absolviert, arbeiten jedoch in anderen Berufsfeldern. Menschen, die jetzt und in naher Zukunft dringend gebraucht werden. Dafür kooperiert der IT-Dienstleister mit dem Bundesverband PflegeManagement. „Wir stellen die Software kostenlos zur Verfügung, um schnell einen Nutzen zu bieten“, so Easysoft-Geschäftsführer Andreas Nau. „Wie sich diese Idee eventuell auch nach der Corona-Krise für dauerhafte Beschäftigungen etablieren wird, müssen wir noch herausfinden.“

Als „Stresstest für das Unternehmen und die ganze Branche“ betrachtet Der Inhaber der Nürnberger Leasing, die mit 50 Mitarbeitern bundesweit 3500 Kunden mit einem Finanzierungsvolumen von gut 400 Millionen Euro betreut, sieht sich nicht als Verlierer der aktuellen Situation. Dorn, zugleich Vorsitzender des Bundesverbands Finanzierung und Leasing e.V., hat zwar mit Ausfällen bei den Leasingpartnern zu kämpfen. Die Verluste macht aber sein zweites Standbein wett, das Factoring. Dabei überträgt der Kunde offene Rechnungen an den Factoring-Geber, der eine gestellte

Rechnung mit Abschlag sofort begleicht und dann seinerseits deren Bezahlung mehrere Wochen später erhält. Das Interesse daran sei „aktuell gigantisch“, so Dorn. Aber: „Factoring einzurichten dauert fünf, sechs Wochen und greift nur, wenn der Kunde wieder Umsätze hat, die er in Rechnung stellen kann.“

Außerdem bewähre sich derzeit die Innovationskraft seiner Leasinggesellschaft, so der 36-Jährige. Dank eines hohen Digitalisierungsgrads und einer soliden IT-Infrastruktur sei seine Organisation handlungsfähig geblieben. Innerhalb der Branche liege er „deutlich am unteren Limit der Ausfälle“.

### IMPRESSUM

Eine Veröffentlichung des  
WELT Editorial Studio für WELT  
Redaktionsleitung:  
Matthias Leonhard (V.i.S.d.P.)  
Redaktion:  
Ulwe Sauerwein, Stefan Seewald  
Gesamtanzahlentwurf:  
15.5.2020  
Judith Umlof  
Nationale Vermarktung:  
Annette Krause  
annette.krause@mediainpact.de  
editorialstudio@welt.de