



23.04.2012

Kennen Sie den Listen-Effekt?

Nehmen wir an, Sie schreiben sich eine Einkaufsliste und gehen zum Supermarkt. Unterwegs verlieren Sie den Zettel und versuchen sich zu erinnern.

Was meinen Sie, welche Artikel Ihnen am leichtesten wieder einfallen? Es sind die, die auf der Liste ganz oben oder ganz unten standen. Als Serial-Position-Effect ging dieses Phänomen in die Psychologie-Geschichte ein.

In einer neueren Untersuchung der Northwestern University wurde kürzlich festgestellt, dass dieser Effekt auch Wahlen beeinflusst: Bei diversen Versuchen mit zufällig erstellten Listen, wurde in zehn Prozent der Fälle der erste Kandidat auf der Liste gewählt – und zwar nur, weil er der Erste war. Wer dagegen irgendwo in der Mitte auftauchte, dessen Gewinnchancen lagen schon nur noch bei 2,5 Prozent“ schreibt Autor Jochen Mai in der Karrierebibel.

Mein Tipp: Nutzen Sie den Listen-Effekt zum Beispiel, **wenn Sie Produktvorteile aufzählen**. Die wichtigsten Produktvorteile sollten am Anfang oder am Ende stehen. Argumente in der Mitte einer Liste finden die wenigste Beachtung.

Quelle: Werbe- & PR-Profi, Newsletter März 2012

02.04.2012

Der Klimastreit – und seine wirtschaftlichen und politischen Implikationen

Aktuell wird eine Debatte über Tempo, Ausmaß und Schadenspotenzial des Klimawandels sowie über den Einfluss des Menschen auf den Klimawandel geführt. Dies mag für den unbedarften Beobachter der Klimawandeldiskussion überraschend kommen, denn in den vergangenen Jahren wurde überwiegend der Eindruck erweckt, die Naturwissenschaft stimme darin überein, dass der Klimawandel erstens schnell voranschreitet, dass zweitens der Mensch durch die von ihm verursachten Treibhausgasemissionen wesentlich hierzu beiträgt und dass der Klimawandel drittens mit großen Schäden verbunden sein wird. Dabei ist dieser „Klimastreit“ nicht neu, sondern so alt wie die Klimadebatte selbst.

Grundsätzlich kann man in der Diskussion über den Klimawandel vier verschiedene „Lager“ identifizieren, wobei die Grenzen zwischen den jeweils vertretenen Positionen nicht trennscharf sind.

— Die erste Gruppe negiert einen Einfluss des Menschen auf den Klimawandel komplett oder zumindest weitgehend.

— Im zweiten Lager werden menschliche Einflüsse auf den Klimawandel zwar anerkannt, aber insgesamt und/oder relativ zu anderen Faktoren als sehr gering angesehen.

— Die dritte Gruppe vertritt die Auffassung, dass der Mensch zwar einen signifikanten Einfluss auf den Klimawandel hat, dass die Schäden (kurz- und mittelfristig) aber nicht so gravierend sein werden bzw. dass andere Probleme der Menschheit dringlicher sind.

— Die vierte Gruppe schließlich nimmt die Position ein, dass der Mensch durch seine Aktivitäten den Klimawandel maßgeblich beschleunigt, dass der Klimawandel mit hohen Schäden verbunden sein wird und dass daher schnell umgesteuert werden sollte.

Um das Spektrum der Meinungen abzurunden, sollte erwähnt werden, dass von mancher Seite die Folgen des Klimawandels nicht per se als schädlich für die Menschheit angesehen werden.

An der Diskussion ist für den interessierten Laien, aber auch für „Klimaexperten“ der nicht-naturwissenschaftlichen Fachrichtungen (z.B. für Ökonomen) durchaus verwirrend, dass jede Gruppierung für die eigene Meinung mehr oder weniger überzeugende Argumente vorbringt. Beweise für die eigene Theorie (im Sinne eines verlässlich reproduzierbaren Experiments) kann freilich keine Gruppe vorlegen, was auch nicht behauptet wird. Insofern ist die Existenz von Unsicherheit innerhalb der Klimawissenschaften auch gänzlich unbestritten.

Welche ökonomischen und politischen Implikationen hat nun dieser Klimastreit? Sollte die Politik ihre Prioritäten grundlegend ändern? Um die Fragen zu beantworten, sollte man sich zunächst vergegenwärtigen, dass Wirtschaftssubjekte – egal ob Staat, Unternehmen oder Privatpersonen – fast immer Entscheidungen unter Unsicherheit treffen müssen. Die Unsicherheiten bezüglich des Klimawandels und der Rolle des Menschen könnte man – bildhaft – auf ein (ökonomisches) Entscheidungsproblem eines Autofahrers übertragen: Man stelle sich vor, ein Autofahrer fahre mit hoher Geschwindigkeit eine Straße entlang. Als am Horizont eine Wand auftaucht, ist er sich nicht sicher, ob er gegen die Wand oder an ihr vorbeifahren wird. Da für den Autofahrer das Vermeiden eines Unfalls (nicht nur) aus ökonomischer Sicht Priorität hat, ist es ratsam, zumindest die Geschwindigkeit zu verlangsamen, bis die Unsicherheit beseitigt ist; das rät übrigens auch der gesunde Menschenverstand. Übertragen auf den Klimawandel hieße das, dass die Menschheit gut beraten ist, ihre CO₂-Emissionen zu verringern, denn das Risiko massiver Schäden durch den Klimawandel ist zu groß.

Mehr Effizienz!

Von besonderer Bedeutung ist nun, wie die Menschheit den Ausstoß von Treibhausgasen verringern sollte, oder, um im Bild zu bleiben, wie der Autofahrer bremsen sollte. Und hier gibt zumindest die Ökonomie eine klare Antwort: Die Emissionen sollten dort verringert werden, wo es am wenigsten kostet. Es sollten also die effizientesten CO₂-Vermeidungsmaßnahmen ergriffen werden; letztlich entspricht dies der Grundidee des Emissionshandels. Es gibt viele CO₂-Vermeidungsmaßnahmen, die sich wirtschaftlich lohnen, weil die Einspareffekte etwa bei den Energiekosten höher sind als die vorherigen Investitionen. Die Energieverschwendung auf globaler Ebene ist u.a. daran zu erkennen, dass etwa die USA bei einem im Vergleich zur EU nur moderat höherem Wohlstandsniveau einen mehr als doppelt so hohen CO₂-Ausstoß pro Kopf aufweisen; oder daran, dass die CO₂-Intensität z.B. der chinesischen Volkswirtschaft fast doppelt so hoch ist wie jene der EU. Auch die hohen Subventionen für fossile Energieträger, die vor allem in den jeweiligen Förderländern gewährt werden, führen zu einem verschwenderischen Umgang mit knappen Ressourcen. Bei allen genannten Beispielen wäre es auch ohne Klimawandel wirtschaftlich geboten, die Energieverschwendung zu stoppen.

Ohnehin resultiert aus der Endlichkeit der fossilen Energieträger – erneut gänzlich unabhängig vom Klimawandel – ein weiterer wirtschaftlicher Grund, die CO₂-Emissionen (bzw. den Verbrauch jener Ressourcen) zu reduzieren. Denn Öl, Gas und Kohle dürften in den nächsten Dekaden tendenziell teurer werden. Und ihre Förderung ist zunehmend mit lokalen Um-

weltproblemen verbunden. Man kann das Bild des Autofahrers abermals aufgreifen: Selbst wenn der Autofahrer also an der Wand vorbeifahren sollte, endet seine Straße irgendwann im Nirgendwo oder in einer Sackgasse.

Wie fällt nun das Urteil über die bisherigen klimapolitischen Maßnahmen aus? Die EU hat mit dem Emissionshandel CO₂ einen Preis gegeben und in den teilnehmenden Branchen die Basis dafür geschaffen, dass die kostengünstigsten Vermeidungsmaßnahmen ergriffen werden können. Darüber hinaus existiert in den EU-Staaten aber ein ganzer Flickenteppich (auch) klimapolitisch motivierter Maßnahmen, von denen CO₂-Grenzwerte für Pkw oder die Förderung erneuerbarer Energien nur einige Beispiele sind. Dieser Instrumentenmix führt dazu, dass es für das homogene und in der EU auch handelbare Gut CO₂ faktisch unterschiedliche Preise gibt. Dies ist stets ein Zeichen für ökonomische und ökologische Ineffizienz, aber politische Realität. Durch eine Erweiterung des Emissionshandels auf mehr Branchen könnte das klimapolitische Instrumentarium vereinfacht werden.

Letztlich stimmt aus unserer Sicht die grobe Richtung der EU-Klimapolitik, wenngleich Nachjustierungen und Änderungen bei sehr teuren (sicherlich gut gemeinten) Klimaschutzmaßnahmen notwendig sind. Auch das bislang formulierte quantitative CO₂-Emissionsreduktionsziel der EU (-20% bis 2020 gg. 1990) ist nicht zu ambitioniert gewählt, denn allein die Effizienzpotenziale dürften in der EU beträchtlich sein. Es ist auch gerechtfertigt, die Forschung im Bereich der Klimaschutzmaßnahmen zu erhöhen, damit u.a. durch technischen Fortschritt heute noch teure Vermeidungsmaßnahmen künftig günstiger werden (statische versus dynamische Effizienz von Klimaschutzmaßnahmen).

Problematisch ist, dass andere Staaten noch nicht mit quantitativen CO₂-Emissionsreduktionszielen folgen. Dies verzerrt den internationalen Wettbewerb und reduziert die Effektivität der EU-Klimapolitik massiv, denn letztlich sitzen alle Länder, um erneut das Bild zu bemühen, im gleichen Auto, dessen Geschwindigkeit sich nur wenig verlangsamt, wenn nur einige wenige auf die Bremse treten. In diesen Staaten reichen noch nicht einmal die Preissignale aus, um zumindest der Energieverschwendung Einhalt zu gebieten. Die Abschaffung von Subventionen für fossile Energieträger und/oder höhere Energiesteuern wären dort daher ein guter Anfang.

Quelle: Eric Heymann, DB Research

16.03.2012

Bald ist jedes Auto per Internet verfolgbar: Wie Sie davon profitieren

Das so genannte vernetzte Auto kommt mit Vollgas: In den nächsten Monaten werden die ersten Firmen ihre Firmenwagen mit Mobilfunkmodulen ausstatten. **Die Geräte übertragen aktuelle Position, Tempo und Motordaten des Pkw an das Fuhrparkmanagement.** Mit der Umrüstung begonnen hat zum Beispiel schon die Deutsche Telekom. Hintergrund: 60 Prozent der Fahrzeuge auf deutschen Straßen gehören Unternehmen – und nicht Privatpersonen.

Trendletter-Prognose: Die Vernetzung des Individualverkehrs hat begonnen. Bis 2020 folgt dann der nächste Schritt. Auch private Pkw werden dann standardmäßig ans mobile Internet angeschlossen sein. Das sind die Folgen:

- **Arbeitgeber** werden Nutzer von Firmen-Pkw zur Einhaltung der Verkehrsvorschriften und zu energiesparender Fahrweise verpflichtet sowie Verstöße sofort ahnden. Treiber: Gegenüber Aktionären und NGOs müssen die Konzerne nachweisen, dass sie den CO₂- Ausstoß ihrer Flotten reduzieren.

- **Versicherungen** legen neue Angebote auf. Beispiel: Wer sich verpflichtet, das Tempolimit einzuhalten, und einer Fernüberwachung durch die Versicherung zustimmt, zahlt niedrigere Tarife. Vor allem junge Fahrer mit hohen Beiträgen werden solche Angebote nutzen.
- Wenn alle Autos online sind, ist es möglich, die **Fahrzeuge fernzusteuern**. Beispiel: Wer vor der Polizei flüchtet, dessen Motor wird vom Hersteller – nach akustischer Vorwarnung – abgestellt. In den USA ist das heute schon möglich (beim so genannten OnStar-System).

Langfrist-Szenario: **Zugelassen sind nur noch Autos, die ihre Position ständig online übermitteln**. Gründe: Klärung von Unfallhergängen, Terrorismusbekämpfung, Abrechnung der Pkw-Maut.

Quelle: Trend Alert, Newsletter Februar 2012

02.03.2012

Stoppen Sie den Info-Müll

Lassen Sie sich von immer schnelleren Kommunikationsmitteln nicht zu unnötiger Eile antreiben, und schieben Sie dem Info-Stress einen Riegel vor: 1. Internet: Surfen Sie nur noch gezielt im Internet und setzen Sie sich vorher ein Zeitlimit. Erstellen Sie sich, bevor Sie ins Internet gehen, eine Liste der Themen, zu denen Sie Informationen benötigen, sowie zu den besten Suchmaschinen und Seiten, die Sie dazu besuchen wollen. 2. E-Mail: Löschen Sie konsequent überflüssige E-Mails und bestellen Sie nutzlose Newsletter ab. Handy: Geben Sie Ihre Mobilnummer nur an ausgewählte Personen weiter. Seien Sie nicht rund um die Uhr erreichbar, auch nicht per SMS oder E-Mail auf dem Smartphone.

Quelle: Seiwert-Tipp, Newsletter Nr. 06, 02/2012

17.02.2012

Urlaubsübertragung wegen Krankheit: Nach 15 Monaten ist Schluss

Mitarbeiter müssen ihren Jahresurlaub in der Regel in dem Jahr nehmen, in dem sie den Anspruch erworben haben. Es sei denn, sie können den Urlaub nicht nehmen, z.B. wegen langer Krankheit. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) und auch das Bundesarbeitsgericht (BAG) hatten entschieden, dass der Urlaub dann nicht verfällt. Doch die Übertragung währt nicht ewig. Nach 15 Monaten ist Schluss. Das hat der Europäische Gerichtshof nun in einem weiteren Urteil klargestellt (EuGH, 22.11.2011, C-214/10).

Beispiel: Nach 6 Jahre dauerhafter Arbeitsunfähigkeit schied ein Mitarbeiter bei seinem Arbeitgeber aus. Für die letzten 3 Jahre forderte er eine Abgeltung für nicht genommenen Urlaub. Allerdings sah der Tarifvertrag vor, dass Urlaub nach einer Übertragungsfrist von 15 Monaten verfällt, wenn er wegen Krankheit nicht genommen werden konnte. Der Europäische Gerichtshof bestätigte jetzt diese Einschränkung. Nach Ansicht der Richter schützt sie Arbeitgeber angemessen vor der einer übermäßigen Ansammlung von Alturlaub.

Die Befristung der Urlaubsübertragung gilt nicht automatisch. Gilt für Ihre GmbH kein entsprechender Tarifvertrag, schränken Sie die Übertragungsfrist in Arbeitsverträgen ein. Dafür können Sie folgende Formulierung nutzen: „*Konnte der Urlaub wegen Krankheit nicht genommen werden, erlischt der Urlaubsanspruch 15 Monate nach Ablauf des Kalenderjahres.*“

Quelle: GmbH-Wissen, Newsletter Januar 2012

03.02.2012

So verändern sich die Chef-Aufgaben in naher Zukunft

Der Rahmen, in dem Ihre Führungsarbeit in Zukunft abläuft, ist starken Veränderungen unterworfen. Demografie und neue Werte im Arbeitsleben verändern die Anforderungen an die Führung von morgen. Der Trendletter gibt Ihnen einen Überblick über Themen die kommen und Themen, die zukünftig an Gewicht verlieren.

Mehr Fragen nach dem Warum

Die nachrückende Generation der Arbeitnehmer ist mit ständigen Sinnfragen groß geworden. Waldsterben, neue Eiszeit, Recycling, Grüner Punkt, Gelbe Tonne, Global Warming, Nachhaltigkeit, Carbon Footprint und andere Sorgen-Diskussionen haben die Haltung geprägt. Folge für Ihr Unternehmen: Das in arbeitsreichen Zeiten bewährte Management by Auftrag zieht nicht mehr. Bereiten Sie Ihre Führungskräfte darauf vor, dass die Mitarbeiter bei vielen Aufgaben mehr wissen wollen. Erklären Sie den Sinn, das größere Bild – und Sie werden loyale Mitarbeiter haben.

Mehr Interesse an Work-Life-Balance

„Chained to desk“, sich angekettet fühlen an den Arbeitsplatz, ist ein altes Denkmuster. Es gehört in die Baby-Boomer-Generation, die bald ihren Rückzug aus dem Arbeitsleben antreten wird. Heute nachrückende Arbeitnehmer (Generation Y) sind hier anders orientiert. Einstellung: Leistung ja, aber nicht um jeden zeitlichen Preis. Folge für Ihr Unternehmen: Der 10-Stunden-Arbeitstag, der heute für viele Wissensarbeiter Standard ist, lässt sich für die GenY nicht erzwingen. Setzen Sie auf Leistungsdichte statt Anwesenheitspflicht.

Mehr Multitasking

Der eigene Fernseher im Kinderzimmer läuft, das Computerspiel fordert Aufmerksamkeit, gleichzeitig noch mit dem besten Freund SMS-Konversation betreiben – mit diesem Alltag sind viele Jugendliche der Generation Y aufgewachsen. Für sie ist Multitasking normal. Folge für Ihr Unternehmen: Erkenntnisse über die Schädlichkeit hin oder her – akzeptieren Sie Multitasking bei nachwachsenden Mitarbeitern. Ertragen Sie, was nach Chaos aussieht. Erzwingen Sie nicht einen bestimmten Weg: Wichtig ist das Ergebnis.

Weniger Meetings

Für die mit Computer und Handy Aufgewachsenen gilt: Persönliche Begegnung, etwa im Meeting, ist weniger wichtig. Einstellung: Um gemeinsam etwas auf den Weg zu bringen, muss man sich nicht unbedingt physisch treffen. Folge für Ihr Unternehmen: Planen Sie weniger und kürzere Meetings. Ersetzen Sie Meetings durch digitale Formate, etwa die Multi-Teilnehmer-Videokonferenz auf Google Networks oder eine Zweier-Videokonferenz auf Skype. Beide Anwendungen sind gratis.

Weniger Ein- und Unterordnung

Viele der in den 1980er/1990er Jahren Geborenen sind als Einzelkinder aufgewachsen. Sie hatten die permanente Zuwendung von sechs Familienmitgliedern (zwei leibliche Eltern und vier Großeltern). Sie sind es von klein auf gewohnt, dass ihnen Wünsche erfüllt werden, bevor sie ausgesprochen sind. Folge für Ihr Unternehmen: Ihre Organisation sollte lernen, mit weniger formalen Strukturen und weniger Unterordnung auszukommen. Meiden Sie streng hierarchische Orientierung, die GenY-Mitarbeiter schätzen Zuwendung und offene Kommunikation, bei der es um die Sache geht.

Weniger Treue

Lebenslange Bindung erwarten die neuen Mitarbeiter nicht. Das Beschäftigungssystem mit abnehmenden Loyalitäten auf beiden Seiten haben sie während ihrer Kindheit und Jugend bei der Eltern-Generation kennen gelernt. Viele Jobwechsel in den ersten 15 Berufsjahren sind Standard. Folge für Ihr Unternehmen: Selbst bewährte Kräfte werden Sie mit Kündigung-

gen überraschen. Ein Arbeitsverhältnis ist heute eine Partnerschaft mit Ablaufdatum. Bei Weiterbildung sollten Sie Maßnahmen bevorzugen, die sich schnell amortisieren.

Quelle: Trend Alert, Newsletter Januar 2012

20.01.2012

3,5 Millionen weniger Arbeitskräfte bis 2025

Die Zahl der Personen, die dem Arbeitsmarkt potenziell zur Verfügung stehen, wird bis 2025 um fast 3,5 Millionen sinken. Selbst bei einer steigenden Erwerbsquote von Frauen und von Älteren sowie einer jährlichen Nettozuwanderung von 100.000 Personen wird sie von heute 44,8 auf 41,3 Millionen zurückgehen. Das zeigt eine aktuelle Studie des Instituts für Arbeitsmarkt und Berufsforschung (siehe [IAB](#) – Kurzbericht 16/2011) in Nürnberg.

Die Studie hält auch eine oftmals kolportierte Erkenntnis bereit: Künftig werden deutlich mehr qualifizierte Fachkräfte benötigt – heute bereits fehlen dem Arbeitsmarkt nach Angaben der Arbeitgeberverbände ca. 100.000 Ingenieure. Damit ist der mehr und mehr zunehmende »Kampf um die besten Köpfe« bereits heute Realität. Wer hier erfolgreich agieren will, muss attraktive Arbeitsplätze bieten, frühzeitig Maßnahmen zur Gewinnung und in der Folge zur Sicherung einleiten.



Bild: Arbeitsplatz mit individueller Dekoration bei Google, Zürich

Diese Info und das Bild sind dem YourOfficeLetter 10/2011 entnommen!

In der folgenden Tabelle ist eine Vielzahl von Handlungsvorschlägen aufgelistet. Jedes Unternehmen ist gut beraten einen auf seine Spezifik abgestimmten Maßnahmeplan zu erarbeiten.

Handlungsvorschläge
Werbung für technische Fachrichtungen bereits in Schulen
⇒ Tage der offenen Tür
⇒ Vergabe von Industriepraktika für Schüler und Studenten mit interessanten, praxis-tauglichen Aufgaben
⇒ Bereitstellung von Themen für Projektwochen an Schulen
⇒ Unternehmensplanspiele für Schüler ¹
⇒ Betriebsführungen
Teilnahme an kleineren regionalen und branchenspezifischen Rekrutierungsveranstaltungen
Vergabe von Abschlussarbeiten
begleitende Pressearbeit
Vertragsabschluss mit Schülern nach dem Abitur (finanzielle Studienförderung, Bereitstellung von

¹ für Studenten der Betriebswirtschaftslehre und des Wirtschaftsingenieurwesens zur Anwendung des Gelernten, für Auszubildende zum Verständnis von Geschäftsprozessen und wesentlichen Zusammenhängen, für Schüler zur Verdeutlichung dessen, was ein Unternehmen ist und wie es funktioniert

Handlungsvorschläge
Praktikumsplätzen und Jobs für Semesterferien, gegenseitige Verpflichtung zu einer mindestens dreijährigen Beschäftigung)
Beteiligung an dualen Studiengängen zum Beispiel an BA`s
Jugendlichen ohne oder mit nur niedrigem Schulabschluss für eine Ausbildung gewinnen und Erschließung spezifischer Arbeitsmarktreserven (z.B. Arbeitslose) in Kooperation mit Bundesagentur für Arbeit
Beauftragung eines Personaldienstleisters (Rekrutierung, Personalentwicklung)
Anwerben ausländischer Fachkräfte (in Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit und der IHK)
Karriere-Seite auf der eigenen Homepage und Möglichkeit zur Online-Bewerbung
Kommunikation der eigenen Erfolgsgeschichte (Internet, Presse)
Teilnahme an Jobportalen für hochwertige Stellenangebote im verarbeitenden Gewerbe und bei produktionsnahen Dienstleistungsunternehmen im Wirtschaftsraum Vogtland zum Beispiel unter www.vogtlandjob.de
Kommunikation eines konkreten Wertversprechens für potentielle Mitarbeiter (Internet, Presse)
individuelle Partizipation der Arbeitnehmer und Mitwirkung am betrieblichen Entscheidungsprozess
regelmäßige Mitarbeitergespräche (Ziele setzen, vereinbaren, vorgeben; Selbstmanagement der Mitarbeiter fördern); motivierende Aufgabenstellungen, die mit dem persönlichem Wertesystem und den individuellen Entwicklungsplänen des Mitarbeiters kompatibel sind; Gewährung eines persönlichen Handlungs- und Entscheidungsspielraums; gemeinsame Erstellung eines Laufbahnplan für ausgewählte Mitarbeiter; Einbeziehung der Wünsche und Kenntnisse des Mitarbeiters in Karriereplanung
Transparenz der Karrierewege im Unternehmen durch Erarbeitung und Veröffentlichung der Karrierelaufbahn
Arbeitszeitflexibilisierung
⇒ Sabbatical ²
⇒ Job-Sharing ³
⇒ Vertrauensarbeitszeit
⇒ flexible Tages- und Wochenarbeitszeit
Verlängerung der Wochenarbeitszeit für teilzeitbeschäftigte Frauen
besondere Pausenregelungen
projektbezogene Zusammenarbeit und flexible, netzwerksartige Strukturen
Job Rotation ⁴

² Sabbaticals dienen der Verlängerung der Lebensarbeitszeit und werden als eine Form des Langzeiturlaubs bezeichnet, in dem das Arbeitsverhältnis weiterhin bestehen bleibt.

³ Das Job Sharing ist die Teilung eines Arbeitsplatzes in zwei oder mehrere Teilzeitarbeitsverhältnisse. Im Gegensatz zur klassischen Form der Teilzeitarbeit kann der Mitarbeiter innerhalb gewisser Grenzen über seinen Tagesablauf frei verfügen.

Handlungsvorschläge
Job Enrichment ⁵
regelmäßige, rechtzeitige, umfassende Informationen über aufgaben- und betriebsrelevante Entwicklungen, kurze Informationswege, Plattformen: Mitarbeiterzeitschriften, Aushänge, Intranet.
betriebliche Zusatzleistungen zur Bindung und Motivation der Mitarbeiter (Leistungen der betrieblichen Altersvorsorge, Übernahme von Qualifizierungskosten, Prämien)
Mitarbeitererfolgsbeteiligung
familienorientierte Serviceleistungen (Vermittlungsservice für Kinderbetreuung und Angehörigenpflege, Kooperation mit lokalen Anbietern von Betreuungs- und Pflegeleistungen, Beteiligung an Kosten für Kinderbetreuung und Angehörigenpflege)
Serviceleistungen: Fitnessstudio, Wäschereiservice
Engagement in regionalpolitische Initiativen (z.B. für den Verbleib von Schulen in der Region), aktive Unterstützung der Kommune
altersgemischte Teams
betriebliche Gesundheitsfürsorge (kostenlose Impfungen, Vorsorgeuntersuchungen, Stressbewältigungsseminare, Betriebssport, gesundes Kantinenessen); Ergonomiemanagement
langfristige Verankerung von Familienfreundlichkeit in der Unternehmenskultur und Führungsphilosophie
offensive und glaubhafte Vermarktung der guten Arbeitsbedingungen
schriftlich formuliertes Führungsleitbild
Befragungen zum Arbeitgeber-Image (z.B. an Hochschulen in der Region)
Verstärkte Ausweitung der bedarfsorientierten betrieblichen Weiterbildung und Ausbildung
Doppelqualifizierung ⁶
Wissen zeitnah vermitteln (wegen sinkender Halbwertszeit des Wissens und steigender Veränderungsgeschwindigkeit); Weiterbildung erfolgt angesichts des kurzen Verfallsdatums von Fachwissen aufgabenbezogen bei Bedarf und am Arbeitsplatz
Verzahnung von Arbeit und Lernen
Aktivierung fachlicher Potentiale Älterer durch Weiterbildungs- und Qualifizierungsaktivitäten
Coaching und Mentoring: Ältere in der Betreuerrolle für Jüngere (Berufsanfänger und Nachfolger)
Lern-Tandems bzw. intergenerative Lernpartnerschaften bei komplexen Themen

⁴ Im Zuge des Job Rotation erfolgt ein systematischer Arbeitsplatzwechsel bei gleichwertigen Aufgaben (dient z.B. der Mehrfachqualifizierung).

⁵ Job Enrichment wird meist zum Zweck einer Höherqualifizierung eingesetzt, indem die Kompetenzbereiche der Mitarbeiter systematisch ausgeweitet werden und somit systematisch qualitativ höherwertige Aufgaben übernommen werden können.

⁶ Ermöglicht beispielsweise in der Fertigung einen flexibleren Einsatz der Beschäftigten vor allem in Hinblick auf das Management in Krisenzeiten.

Handlungsvorschläge
Aus- und Weiterbildungskooperationen mit anderen Unternehmen; Qualifizierungsverbände
stärkere Konzentration von Fachkräften auf ihre Kompetenzbereiche (Entlastung von administrativen Tätigkeiten)
Shared Service Centers ⁷
Outsourcing verstärkt nutzen: Beauftragung externer Anbieter

Gern unterstützen wir Sie, die richtigen Maßnahmen für Ihr Unternehmen zu bestimmen und auch umzusetzen.

Quelle: TEBECO GmbH

06.01.2012

Liebe Partner, Freunde und Kunden,

zum Jahresanfang finde ich die folgenden Gedanken für jeden der in unserer Gesellschaft Verantwortung trägt sehr interessant und hilfreich. Deshalb möchte ich Sie Ihnen nicht vorenthalten. Sie sind dem Newsletter der

FutureManagementGroup AG

(<http://www.futuremanagementgroup.com/index.php?id=670>)

von Dezember 2011 entnommen.

Einen guten Start ins neue Jahr wünscht Ihnen

Steffen Schmutzler

Liebe Zukunftsmanager,

wir werden uns in den entwickelten Volkswirtschaften an geringes oder an gar kein Wachstum gewöhnen müssen. Wachstum im herkömmlichen umsatzbezogenen Sinne wird es in unserem Teil der Welt größtenteils nur noch in neuen Märkten und Geschäftsfeldern geben. Für manche Wirtschaftszweige mag das zu pessimistisch klingen. Aber es wäre gleichbedeutend mit einer Stagnation der sozialen und ökonomischen Entwicklung, wenn man über Jahrzehnte hinweg in derselben Art und Weise erfolgreich wachsen könnte. Glücklicher hat uns der zunehmende materielle Wohlstand ohnehin seit Jahrzehnten nicht mehr gemacht.

Die Zeit ist zu Ende, in der materielle Märkte, wie etwa für Möbel, Kleidung oder Autos, als Wachstumstreiber dienten. Jedenfalls nicht auf volkswirtschaftlicher Ebene. Dass sich heute

⁷ Hier werden entsprechende Aufgabenbereiche zusammengefasst von einer zentralen Stelle oder Organisation im Unternehmen bearbeitet um die Konzentration der Fachkräfte auf ihre eigentlichen Kompetenzbereiche sicherzustellen.

viele Menschen unter dem Begriff "Innovation" nicht sehr viel mehr als die Miniaturausgabe oder die Energiesparvariante bereits existierender Dinge vorstellen können, ohne jedoch mehr dafür bezahlen zu wollen, ist ein Indiz dafür, dass wir uns heute in vielen Märkten am Ende einer Ära befinden. Innerhalb dieser Märkte langfristig auf neue Wachstumsschübe zu setzen, ist riskant – oft riskanter, als neue erfolgversprechende Geschäftsfelder zu erschließen. *Zukunftsforschung* sowie das Zukunftsmanagement bieten eine schier unerschöpfliche Fülle an Hinweisen auf Chancen in Zukunftsmärkten. Entscheidend ist, dass wir Phasen fehlenden Wachstums nicht als den Anfang vom Ende, sondern als Signale dafür wahrnehmen, dass alte Konzepte überdacht, manchmal gar verworfen und neue Märkte entwickelt werden müssen.

Schauen wir mit einem langfristigen Blick auf die Zukunft der Menschheit, müssen wir bekanntlich die Fixierung auf materielles Wachstum aufgeben. Die Erde wird zusätzlichen ein oder gar drei Milliarden Menschen mit "westlichem" Lebensstil nicht die Ressourcen bieten. Wir überfordern sie schon längst. Man wird unsere Wirtschaftsweise nur zum denkbar höchsten Preis der Vernichtung unserer Lebensgrundlagen auf Asien, Südamerika und Afrika übertragen können.

Das Streben nach Wachstum und Entwicklung wird der Mensch kaum aufgeben. Viele Unternehmen werden auch in Zukunft konventionell wachsen. Die Brutto-Inlandsprodukte und mit ihm die Volkseinkommen jedoch nicht mehr. Viel mehr Unternehmen als bisher werden ihre Wachstumsambitionen nicht verwirklichen können. Den Gewinnern stehen mehr Verlierer entgegen. Wir dürfen hoffen und müssen Einiges dafür tun, dass wir unseren Wohlstand im Ganzen halten können.

Ein wesentlicher Teil zukünftigen Wachstums einzelner Unternehmen wird auf Lösungen für die Ressourcenprobleme beruhen. Dies gilt für die materiellen Ressourcen in ähnlichem Maße wie für die "Ressource Mensch". Burn-out, ein moderner Name für die berufsbezogene Depression, ist zum *Trend-Thema* geworden. Tatsächlich ist ein zunehmender Teil der Menschen mit all der Komplexität, Beschleunigung und Optionsvielfalt so überfordert, dass die Lebensqualität offensichtlich leidet.

Wachstum wird daher in den entwickelten Volkswirtschaften künftig stärker in immateriellen Märkten generiert. Diese Tertiarisierung und Quartarisierung der Wirtschaft ist der große *Trend* zu mehr Wertschöpfung in Dienstleistung und Wissensarbeit und zu weniger in materieller Produktion. In Zukunft könnte sogar eine 'Quintisierung' der Wirtschaft in Form emotionaler und geistiger Dienstleistungen zur Verbesserung der Lebensqualität, einen bedeutenden Bereich schaffen.

Damit derartige Branchen expandieren, ist die Sättigung materieller Märkte gewissermaßen eine Voraussetzung. Erst wenn die materiellen, durch "Dinge" zu befriedigenden Bedürfnisse der Menschen im Großen und Ganzen befriedigt sind, können und werden sie sich mit höheren Bedürfnissen und Motiven befassen.

Im Grunde erhöht schon seit langem nicht der materielle Wohlstand, sondern der immaterielle Wohlstand das Lebensglück der Menschen. Schon heute äußern sich viele dieser neuen Bedürfnisse: Der Wunsch nach Lärmreduktion, nach Vereinfachung technischer Geräte, nach Emissionsfreiheit, nach stärkerer Eigenverantwortung und Barrierefreiheit oder auch nach "Seelenfrieden" sind Beispiele dafür. Unternehmen müssen diese stärker werdenden Wünsche und Anforderungen als Chancen erkennen, sich selbst gewissermaßen neu zu erfinden. Voraussetzung dafür ist, dass Unternehmen wieder verstärkt als "Bereitsteller erwünschter Wirkungen" verstehen. Ein auf dieser Basis generiertes Wachstum ist dann in der Tat eines, das eine Gesellschaft auch "glücklicher" macht und wirklich nachhaltig mit weniger statt mehr Ressourcenverbrauch erzielbar ist. Die zahlreichen Versuche, die volkswirtschaftliche Berechnung von Wohlstand zu verändern und Aspekte von "Glück" zu integrieren, sind klare Indizien dafür, dass die neue Ära angebrochen ist.

Wer auf das Anziehen der Konjunktur wartet, wird es vergeblich tun. Er wird den Beginn dieser neuen Ära verschlafen. Er wird die *Chance* verpassen, selbst zum eigenen Wachstumsmotor zu werden und die eigene Konjunktur zu schaffen.

Have a bright future :-)

Dr. Pero Mičić

22.12.2011

Sehr geehrte Kunden und liebe Geschäftspartner,

aus Anlass des Weihnachtsfestes und dem bevorstehenden Jahreswechsel danken wir Ihnen für die gute Zusammenarbeit im Jahr 2011.

Wir wünschen Ihnen, dass Sie Zeit finden, einmal inne zu halten um in sich hinein zu hören und den Geist von Weihnachten, trotz aller Hektik und Kommerz, zu spüren.

Weiterhin wünsche ich uns allen, dass wir bei aller Unsicherheit dem Neuen Jahr mit all seinen Möglichkeiten und Herausforderungen mit Freude und Zuversicht entgegen sehen.

Mit besten Wünschen

Ihre TEBECO GmbH

Wenn die Weihnachtsglocken läuten, wird selbst der Teufel milde.

Aus Tirol

Liebe Geschäftspartner,

auch in diesem Jahr haben wir auf Weihnachtsgrüße per Post und Präsente verzichtet, um die Mittel für die Gruppe der IWG Lessingstraße des Kinderheims Tannenmühle zu spenden. Dabei danken wir allen, die uns bei der diesjährigen Spendenaktion wieder so rege unterstützt haben und so dazu beitragen, dass die Kinder der IWG einen schönen Urlaub an der Ostsee verbringen können.

Das Team der TEBECO GmbH



19.12.2011

Jetzt abschalten: Keine GEZ-Gebühr für Home-Office-PCs

Jetzt ist es höchstrichterlich entschieden: Für ein „neuartiges Rundfunkempfangsgerät“ in Ihrem Home-Office brauchen Sie keine GEZ-Gebühr zu zahlen, wenn bereits ein privates Radio oder Fernsehgerät in Ihrem Haushalt angemeldet ist (BVerwG, 17.8.2011, Az. G 6 C 15.10, G 6 C 45.10 und G 6 C 20.11).

Das gilt für Ihren Internet-PC im Arbeitszimmer zu Hause und genauso für mobile internetfähige Geräte wie Ihren Tablet-PC, Ihr Notebook oder Ihr Smartphone, die keinem Ort zugeordnet werden können.

Allerdings werden nach wie vor GEZ-Gebühren für einen internetfähigen PC in einem externen Büro fällig, wenn Sie für diese Betriebsstätte kein anderes Gerät angemeldet haben. Gleiches gilt für ein Autoradio, wenn Sie das Auto auch für Geschäftsfahrten nutzen.

Das ist jetzt zu tun:

Viele Selbstständige haben ihr „neuartiges Rundfunkempfangsgerät“ im Home-Office angemeldet, weil die GEZ das lange Jahre so von ihnen verlangt hat. Gilt das auch für Sie? Dann rechnen Sie nicht damit, dass die GEZ von sich aus auf das Urteil reagiert! Ich habe für Sie dort nachgefragt: Man erwartet von Ihnen einen Antrag auf Löschung des betreffenden Teilnehmerkontos!

Beiträge können Sie allerdings nur zurückfordern, wenn Sie sie unter Vorbehalt gezahlt haben oder Ihr Gebührenbescheid noch nicht bestandskräftig geworden ist.

Quelle: Handbuch für Selbstständige & Unternehmer, November 2011

02.12.2011

AdWords Express: Eine Schnell-Anleitung

Google AdWords war Ihnen zu kompliziert? Kann ich gut verstehen. Und weil das vielen so geht, hat Google das Angebot AdWords Express geschaffen.

Das ist so unkompliziert, dass Sie mit wenigen Klicks Ihre Werbekampagne einrichten können. Die Anzeigen erscheinen dann bei Suchanfragen auf Google und der Google Map. Und Sie werden bei Smartphone-Besitzern angezeigt. Das sind meist Ortskundige, die eine Bäckerei, ein Restaurant, einen Waschsalon oder ein Fitnessstudio in unmittelbarer Nähe Ihres Standortes suchen.

Und so schalten Sie in 7 Schritten Ihre Werbeanzeigen mit AdWords Express

1. Rufen Sie Ihren Unternehmenseintrag bei Google Places <http://google.de/places> auf. Klicken Sie dort auf die Schaltfläche „AdWords Express-Anzeige erstellen“.
2. Wählen Sie eine Kategorie*, in der Ihre Anzeige erscheinen soll*
3. Geben Sie dann einen Anzeigetitel = „Überschrift Ihrer Anzeige“ ein. Dieser ist auf maximal 25 Zeichen begrenzt.
4. Geben Sie Ihre Anzeigenbeschreibung = Anzeigentext ein. Er darf maximal 70 Zeichen enthalten.
5. Wählen Sie, wohin Leser beim Klick auf Ihre Anzeige geleitet werden sollen. Zur Auswahl stehen Ihre Google Places Seite oder Ihre Website.
6. Legen Sie Ihr Budget* fest.
7. Fertig!

*** Kategorien und Budget**

Sie können für Ihre Werbung mit AdWords Express mehrere Kategorien wählen, die Ihr Unternehmen treffend beschreiben können.

Mein Tipp: Bewerben Sie nur die Kategorie, die Ihr Unternehmen am besten beschreibt. wollen Sie verschiedene Dienstleistungen und Produkte Ihres Unternehmens bewerben, dann legen Sie für jede eine eigene Kategorie an und schalten dafür jeweils eigene Anzeigen.

Beispiel: Wer als Garten- und Landschaftsbauer tätig ist, wählt die Kategorie „Garten und Landschaftsbau“. Möchten Sie nun auch Abriss- und Entsorgungsarbeiten durchführen, dann wählen Sie auch diese 2. Kategorie aus. Je nachdem, nach welcher Dienstleistung ein Nut-

zer gesucht hat, wird ihm die passende Anzeige angezeigt. Auch Ihr Budget können Sie jetzt steuern, indem Sie festlegen, für welche Kategorie Sie mehr Werbegeld ausgeben möchten.

Quelle: Werbe & PR-Profi, Newsletter Oktober 2011

18.11.2011

Wir sammeln wieder!

Liebe Geschäftsfreunde und Partner,

wie schon im vergangenen Jahr wollen wir auch in diesem Jahr die Kinder der IWG Lessingstraße des Kinderheims Tannenmühle mit einem Reisescheck für ihre Sommerreise überraschen. Diesmal ist eine Reise an die Ostsee geplant. Damit aus einigen Tagen zwei erholsame Ferienwochen werden können, sammeln wir von unseren Geschäftspartnern wieder Geldspenden.

Wenn Sie unser Vorhaben unterstützen möchten, dann überweisen Sie bitte an:

TEBECO GmbH
Konto: 3625001020
BLZ: 87050000
Sparkasse Chemnitz

Die Spendenbescheinigungen werden zu Beginn des neuen Jahres an jeden Spender übermittelt. (Ausgestellt vom Förderverein Kinderheim Tannenmühle Erlbach / Vogtland e.V. auf Dezember 2011) Das gesammelte Geld wird nur für diese Kinder und dieses beschriebene Vorhaben verwendet.

Die Übergabe des Symbolischen Schecks erfolgt wieder wie im vergangenen Jahr am Heiligabend zur Bescherung.

Wir danken Ihnen für Ihre Unterstützung und verbleiben

Mit freundlichen Grüßen



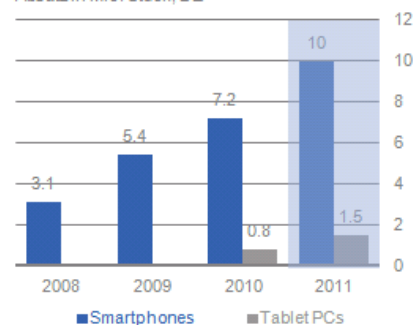
04.11.2011

M(obile)-Commerce – es wächst die Lust am mobilen Einkauf

Das Smartphone ist kein Nischenprodukt mehr und das mobile Internet ist auf dem Vormarsch. Welche Chancen und Risiken ergeben sich daraus für den Einzelhandel? M-Commerce ist nur ein Aspekt. Weitaus stärker sind die Auswirkungen, die das mobile Internet auf die Einkaufsgewohnheiten haben wird: die

10 Mio. Smartphones in 2011

Absatz in Mio. Stück, DE



Quelle: EITO, IDATE, 2010, 2011

bahnung wird sich künftig auch über das Smartphone abspielen. Zudem werden die Verbraucher mehr Möglichkeiten haben, Produkte und Preise zu vergleichen. Dies erhöht Transparenz und Wettbewerb im stationären Handel.

Die Deutschen lieben Smartphones: nach Angaben des Branchenverbandes BITKOM werden sie 2011 gut 10 Mio. Smartphones kaufen (+36% gg. Vj.). Damit ist jedes dritte abgesetzte Handy in Deutschland ein Smartphone – Tendenz steigend. Dementsprechend ist auch die mobile Internetnutzung stark im Kommen: Anfang 2011 nutzten 16% der Deutschen den mobilen Internetzugang. Heute verwenden die Menschen das Smartphone noch überwiegend für die bereits aus dem stationären Internet bekannten Anwendungen, wie z.B. E-Mail oder Soziale Medien. Neue Dienste werden allerdings rasch an Popularität gewinnen. Überall dort, wo mobiles Internet einen komparativen Nutzen hinsichtlich Echtzeit, Reaktionszeit oder Aufenthaltsort stiften kann, werden sich mobile Dienste durchsetzen. Die permanente und ortsunabhängige Verfügbarkeit von Wissen, Informationen und Diensten bietet ein klares Alleinstellungsmerkmal zum stationären PC.

Was bedeutet dies für den Handel? Der digitale Strukturwandel zwingt die Handelsunternehmen ihre Geschäftsmodelle anzupassen. Denn wer heute als Konsument im stationären Handel und via Internet einkauft, will morgen mobil via Smartphone surfen und shoppen. Die Kunden trennen die einzelnen Vertriebskanäle nicht voneinander, sondern möchten während der Kaufentscheidung beliebig kombinieren. Die Handelsunternehmen sind daher gefordert, ihre Multichannel-Strategien um eine mobile Komponente zu ergänzen sowie bestehende Online- und Offlinekanäle zu synchronisieren.

Smartphones verändern Einkaufsgewohnheiten und Geschäftsmodelle

Die Anwendungsmöglichkeiten von Smartphones im Handel sind vielfältig. Sie reichen von der Anbahnung des Kaufprozesses und der Evaluierung von Produkten und Unternehmen über den Kauf selbst bis hin zum modernen (digitalen) Zahlungsvorgang und dem After-Sales mit Hilfe der Sozialen Medien. Neue Möglichkeiten ergeben sich vor allem im Bereich der Kaufanbahnung. So können Kunden mit Hilfe von sog. ortsbezogenen Diensten (Location Based Services) Informationen über Unternehmen in ihrer Umgebung abrufen. Auch Kundenbindungsprogramme dürften künftig zunehmend per Smartphone abgewickelt werden: Angebote und Coupons sind für den Kunden so jederzeit verfügbar.

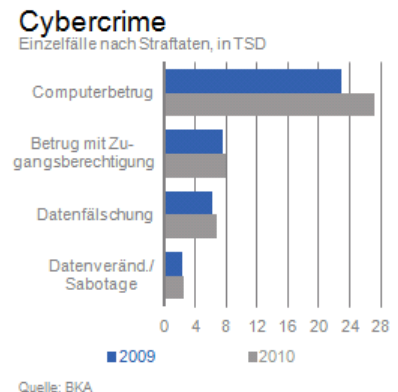
Zudem helfen Smartphones den Verbrauchern, sich im Laden über Produkte besser zu informieren: hierfür sind sogenannte QR-Codes (Quick Response) im Einsatz. Verfügt ein Smartphone über eine spezielle Erkennungs-Software (App), kann es aus dem Pixelquadrat zusätzliche Informationen lesen. QR-Codes bieten dem Konsumenten u.a. zusätzliche kaufentscheidende Produktinformationen (gerade auch im Offline-Handel) oder liefern Bewertungen anderer Konsumenten. Damit dürfte sich der Qualitäts- und Preiswettbewerb im stationären Einzelhandel noch verschärfen. Der Einkauf per Smartphone dürfte vor allem bei digitalen Gütern, wie z.B. Musik oder Spielen, bei Tickets oder bei bestimmten physischen Gütern (z.B. Bücher, Spielzeug, Lebensmittel) künftig interessant werden.

Das Zusammenwachsen von mobilem und stationärem Internet spiegelt sich auch in den Bezahlverfahren: über das Smartphone werden die meisten etablierten Online-Verfahren zum Einsatz kommen können. Allerdings dürften die Kunden bei großen Summen und bei bestimmten Verfahren, die sie ohnehin nicht sehr schätzen (wie z.B. die Kreditkarte), beim mobilen Kauf noch vorsichtiger sein als am stationären PC. Online-Shops, bei denen Verbraucher bereits mit ihren Nutzerdaten und präferierten Bezahlmodalitäten registriert sind, dürften wohl bevorzugt über mobile Endgeräte für den Onlinekauf aufgesucht werden.

Damit M-Commerce zur Erfolgsgeschichte für deutsche Handelsunternehmen werden kann, sind allerdings weitere technische Optimierungen notwendig: neben der Bedienungsfreundlichkeit sowie der Anpassung klassischer Online-Portale an die kleinen Touchscreen-Oberflächen müssen auch möglichst geringe Ladezeiten zum Aufbau der Webseiten realisiert werden. Konsumenten, die im mobilen Netz surfen und einkaufen sind bei lästigen Verzögerungen und wiederholenden Seitenabstürzen nur wenig geduldig.

Die dunkle Seite (der Macht)

Smartphones sind aufgrund ihrer Funktionalitäten mehr mit Computern als mit Handys zu vergleichen. Viele Nutzer lassen aber die Sicherheitsrisiken komplett außer Acht. Ein Smartphone benötigt dieselben Sicherheitsvorkehrungen und Schutzmaßnahmen wie ein PC. Nach Einschätzung des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik haben viele Smartphone-Besitzer allerdings noch nie ein Sicherheits-Update eingespielt. Auch die GPS-Ortung der Smartphone-Position für die Nutzung ortsbezogener Dienste birgt Risiken wie z.B. Missbrauch oder Verletzung der Privatsphäre und des Datenschutzes.



Neben all den Chancen, die der digitale Strukturwandel bietet, dürfen die Risiken nicht vernachlässigt werden. So geraten mobile Endgeräte zunehmend in das Visier krimineller Akteure. Vermehrt wird versucht, Smartphones mit intelligenter Schadsoftware zu infizieren, um Daten abzufangen. Laut Bundeskriminalamt sind die Straftaten unter Ausnutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien insgesamt (Cybercrimefälle) in 2010 um 19,1% auf 59.839 Straftaten gestiegen.

Der wirtschaftliche Schaden der erfassten Internet-Delikte belief sich 2010 auf ca. EUR 61,5 Mio. (+66% gg. Vj.) - Tendenz steigend. Die Dunkelziffer ist sowohl bei der Anzahl an Delikten als auch bei der Schadenssumme merklich höher, weil viele Geschädigte die Straftaten nicht anzeigen oder das Ausspionieren ihrer Daten aufgrund der professionellen Schadsoftware nicht bemerken. Ein Bewusstseinswandel der Nutzer ist also notwendig: wer sein mobiles Endgerät für Transaktion und Kommunikation im Netz einsetzt, sollte auch für Schutz sorgen.

Das mobile Internet wird das Konsum- und Informationsverhalten der Menschen künftig noch stärker prägen. Sollte es den Handelsunternehmen gelingen, attraktive Apps und Smartphone-optimierte Webseiten anzubieten sowie die Akzeptanz von benutzerfreundlichen und sicheren Bezahlmodellen im mobilen Kontext zu fördern, werden die Verbraucher künftig auch vermehrt mobil einkaufen. Das Smartphone wird insbesondere im Bereich der Kaufanbahnung und beim Vergleich von Qualität und Konditionen im Handel eine wichtige Rolle spielen.

Quelle: Antje Stobbe, T. F. Dapp, Deutsche Bank Research

21.10.2011

Bearbeiten Sie Online-Anfragen schnell – es lohnt sich!

Die US-Marketingspezialistin Kristina McElheran hat untersucht, wie schnell Firmen auf Fragen aus dem Netz reagieren und welchen Einfluss das auf ihren Umsatz hat. Der **Trendletter** hat die Ergebnisse zusammengefasst:

- Wer weniger als eine Stunde auf einen Online-Kontakt antwortet, hat eine siebenmal höhere Wahrscheinlichkeit des Kaufs, als wenn der Anfrager länger als eine Stunde warten muss.
- Lassen Sie Anfrager länger als 24 Stunden warten, erzielen Sie nur noch ein Sechzigstel der Käuferrate, die bei schneller Reaktion erzielbar gewesen wäre.

Unsere Empfehlung: Wer im Netz wirbt, sollte im Interesse des Verkaufserfolges sehr schnell reagieren. **Akzeptabel ist eine Reaktionszeit auf Anfragen von 5 bis 30 Minuten.**

Quelle: Trend Alert, Newsletter August 2011

07.10.2011

Außen hui, innen pfui? Bewertungsprotale decken gnadenlos Ihre Schwächen als Arbeitgeber auf

In Zukunft wird der Wettbewerb um gute Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter immer härter. Unternehmen, die beispielsweise Führungsschwächen aufweisen, schlechte Arbeitsbedingungen bieten oder mangelhaft mit ihren Mitarbeitern kommunizieren, können dies kaum mehr verheimlichen.

Ihre künftigen Bewerber informieren sich auf Bewertungsplattformen wie z.B. Kununu - und entscheiden dann, ob sie sich überhaupt bei Ihnen bewerben sollen. Dort sind schon 92.000 Bewertungen zu 37.000 Unternehmen im deutschsprachigen Raum abrufbar. Es handelt sich um Unternehmen aller Größenordnungen. Die Nutzer des Portals verteilen Punkte in zahlreichen Kategorien.

Das liest sich dann beispielsweise so:

- "Vorgesetztenverhalten: Es gibt kaum positives Feedback. Kritik wird destruktiv angewandt. Führungsstil vielleicht gut vorgesehen, praktisch jedoch schlecht umgesetzt.
- Arbeitsatmosphäre: Kollegen sind sehr nett, Personalarbeit der Managementebene mangelhaft, Führungsstil leider über Angst!
- Kommunikation: Unter den Kollegen gute Kommunikation, Seitens Führungsebene mangelhaft.
- Work-Life-Balance: Mehrarbeit wird erwartet - pünktliches Gehen nach erbrachter Arbeitszeit negativ bewertet! Starke Diskrepanz zwischen Theorie und Praxis."

Was Sie tun können:

- Beobachten Sie Bewertungsplattformen, um zu wissen, wie Ihr Unternehmen dort beurteilt wird.
- Ermuntern Sie zufriedene Mitarbeiter, dort Bewertungen einzustellen. Vorsicht! Keinesfalls dürfen Sie Ihre Mitarbeiter drängen, dort positiv über Sie zu schreiben oder gar mit Sanktionen drohen.
- Lernen Sie aus der Kritik. Stellen Sie die Kritikpunkte intern ab.
- Verknüpfen Sie Bonuszahlungen an Führungskräfte künftig nicht nur mit wirtschaftlichem Erfolg. Belohnen Sie auch einen guten Führungsstil und positive Bewertungen durch Mitarbeiter.

Bewertungsplattformen: [Kununu](#), [Jobvoting](#), [MeinPraktikum](#), [Kelzen](#), [Bizzwatch](#).

Quelle: Newsletter Werbe & PR-Profi, Juli 2011

23.09.2011

BGH: Produktfotos im Online-Handel sind verbindlich

Wenn Sie als Online-Händler Fotos Ihrer Waren im Internet veröffentlichen, gelten die als verbindliche Produktbeschreibung. Das heißt: Was darauf zu sehen ist, kann der Käufer auch verlangen. Das gilt auch dann, wenn Sie in der schriftlichen Produktbeschreibung bestimmte, auf dem Foto zu erkennende Details nicht erwähnen. So hat es der BGH entschieden (12.01.2011, Az. VIII ZR 346/09).

In dem Fall ging es um ein über eine Internet-Börse verkauftes Unfallauto. Auf dem Foto war eine Standheizung zu erkennen. Diese Zusatzausstattung erwähnte der Verkäufer in der Fahrzeugbeschreibung jedoch nicht. Tatsächlich baute er sie vor der Übergabe noch aus. Das ließ sich der Käufer nicht gefallen und klagte bis vor den BGH. Die Richter urteilten, dass die Standheizung aufgrund der Abbildung als mitverkauft gilt. Der Käufer durfte somit Nacherfüllung verlangen, also den Wiedereinbau der im Internet abgebildeten Standheizung oder den Einbau einer gleichwertigen auf Kosten des Verkäufers. Scheitert diese Nacherfüllung hat er Anspruch auf die Erstattung eines Teils des Kaufpreises und ggf. Schadenersatz.

Das heißt für Sie: Sie sparen teuren Ärger, wenn Sie Warenfotos die Sie veröffentlichen, sehr genau prüfen:

- Bei gebrauchten Waren sollte das Foto den tatsächlich zu verkaufenden Gegenstand zeigen, damit der Käufer Abweichungen vom ursprünglichen Neuzustand erkennt. Ist Zubehör abgebildet, das nicht zum Umfang der Lieferung gehören soll, weisen Sie direkt neben dem Foto oder sogar in einem in das Foto eingebundenen Text darauf hin. Beispiel: „Die abgebildete Standheizung wird nicht mitverkauft.“
- Verkaufen Sie original verpackte Neuwaren, können Sie auf Fotos zurückgreifen, die der Lieferant oder Hersteller Ihnen liefert. Ist das Produkt darauf aber in einer anderen Version, Ausführung, Farbe etc. zu erkennen, müssen Sie auch darauf sehr deutlich hinweisen. Denken Sie zudem daran, Urheberrechte nicht zu verletzen: Sie dürfen solche Fotos nicht einfach von der Internet-Seite des Herstellers kopieren, sondern brauchen für die Verwendung seine ausdrückliche Erlaubnis.

Quelle: Handbuch für Selbstständige & Unternehmer, Juni 2011

09.09.2011

Mit „negativen Keywords“ gestalten Sie Kleinanzeigen im Internet preiswerter

Wenn Sie AdWords-Anzeigen bei Google schalten, wissen Sie, wie wichtig sogenannte Keywords sind. Diese Schlüsselbegriffe regeln, bei welchen Suchanfragen Ihre Werbeanzeige eingeblendet wird. Neben positiven Keywords braucht es auch negative - nämlich solche, bei denen Ihre Anzeige keinesfalls eingeblendet werden soll.

Negative Keywords

- sorgen für weniger Klicks auf Ihre Anzeige; sie vermeiden unpassende Klicks,
- vermindern somit Ihre Kampagnen-Kosten und
- erhöhen den ROI (Return on Investment) Ihrer Anzeigen-Kampagne.

Beispiele:

Ein Anbieter von Single-Reisen nach Südamerika will unerwünschte Klicks aus falschen Zielgruppen vermeiden. Er sorgt mit negativen Keywords dafür, die vom Alter und Familienstand her unpassenden Interessenten auszuschließen. Seine Liste negativer Keywords umfasst Begriffe wie Familie, Familienferien, Familienurlaub, Kinderurlaub, kinderfreundlich, Senioren, seniorengerecht etc. Zudem schließt er auch andere Reise-regionen aus: USA, Nordamerika, Kanada etc.

Ein Anbieter hochwertiger Espressomaschinen, die auf traditionelle Weise mit Kaffeemehl in Siebträgern arbeiten, wählt als negative Keywords Begriffe, die zur vollautomatischen Kaffeezubereitung gehören: Pads, Kaffeevollautomat, Nespresso, Senseo etc.

1. Gehen Sie in die Kampagnen-Verwaltung Ihres AdWords-Kontos.
2. Klicken Sie auf die Schaltfläche „+ Keywords hinzufügen“ über der Keyword-Tabelle.
3. Geben Sie Keywords in das dafür vorgesehene Feld ein.
4. Setzen Sie ein Minuszeichen vor jedes negative Keyword.
5. Klicken Sie auf „Speichern“.
6. Wählen Sie die Anzeigen aus, für die diese Keyword-Liste gelten soll.

Quelle: Handbuch für Selbstständige & Unternehmer, April 2011

26.08.2011

Dank der Kinder für Traumurlaub 2011

Vor dem letzten Weihnachtsfest haben wir viele Unternehmen, mit denen wir zusammenarbeiten, angesprochen, um für einen Urlaub einer Gruppe des Kinderheims Tannenmühle zu spenden. Dank zahlreich eingegangener Geldspenden konnten die Kinder im Juli 2 Wochen Traumurlaub am Gardasee verbringen. Wir haben bereits mit Ihnen gesprochen, Urlaubsfotos angesehen und viel über die Tage in Italien erfahren. Ein Herzenswunsch der Kinder ist es, nochmals allen zu danken, die dieses Erlebnis für sie möglich gemacht haben.

Nicht nur das dauerhaft schöne Wetter hat die Kinder begeistert, auch die Ausflüge ins Gardaland, in einen Safaripark, eine Bootsfahrt auf dem Gardasee und ein Ausflug nach Venedig werden allen unvergessen bleiben. Natürlich wurde auch viel gebadet und gespielt. Eine Bilderwand mit den schönsten Fotos wird alle Kinder immer wieder an die schönen Tage im Sommer 2011 erinnern.



12.08.2011

250.000 Euro Startkapital über das Netz eingesammelt

Ist das ganze Surfen auf Facebook, LinkedIn und Xing wirklich Zeitverschwendung? Nicht unbedingt. Dass Internetkontakte bares Geld wert sein können, zeigt der irische Unternehmer Frank Hannigan. Um sein Unternehmen zu finanzieren, suchte er zehn Kapitalgeber, die jeweils 25.000 Euro beisteuern sollten. Als Gegenleistung versprach er eine zweiprozentige Beteiligung.

Doch Hannigan wollte sich endlose Diskussionen mit Bankberatern und Investoren ersparen. Deshalb ging er einen neuen Weg: Der Gründer schickte eine Mail an alle seine Kontakte im Netzwerk LinkedIn – mit dem Beteiligungsangebot. Ergebnis: 200 Antworten trafen ein – und innerhalb von acht Tagen waren die 250.000 Euro finanziert.

Crowdfunding wird diese Methode genannt. Unsere Prognose: Gerade bei kleinen Firmen wird sich diese Form der Kapitalbeschaffung durchsetzen.

29.07.2011

Online-Handel: DIHK rät nach EuGH-Urteil zur Überprüfung des Online-Auftritts

Nach einem Urteil des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) werden viele Unternehmen ihre Internetseiten anpassen müssen, wenn sie nicht im Ausland von Verbrauchern verklagt werden wollen. Darauf weist der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) hin.

Hintergrund: Der EuGH hat in einer Entscheidung vom 7. Dezember die unionsrechtlichen Regeln über die gerichtliche Zuständigkeit für Verbraucherverträge in Fällen, in denen Dienstleistungen im Internet angeboten werden, präzisiert (EuGH, Urteil v. 7.12.2010 - C-585/08 u. C-144/09).

Hierzu führt der DIHK weiter aus: In seiner Entscheidung definierte der EuGH so weit gefasste Kriterien, dass auch Firmen, deren Internetseiten und Geschäftsmodell auf nationale Kunden ausgerichtet ist, Gefahr laufen, bei gerichtlichen Auseinandersetzungen im Ausland verklagt zu werden. Das betrifft Firmen, die eine Internetseite haben und mit ausländischen Verbrauchern Geschäfte machen, wenn der Web-Auftritt beispielsweise eine internationale Vorwahl oder eine Wegbeschreibung enthält beziehungsweise eine neutrale Top-Level-Domain verwendet. Händler, die Produkte über das Internet oder Telefon vertreiben, oder Hotels, die Dienstleistungen im Web anbieten, sollten deshalb künftig folgende Punkte bei der Gestaltung ihres Online-Auftrittes beachten:

- Auf der Internetseite sollte keine internationale Vorwahl genannt werden.
- Es sollte keine neutrale Top-Level-Domain wie .info, .net, .com, .eu, sondern die nationale Top-Level-Domain gewählt werden.
- Eine Wegbeschreibung sollte den Weg nicht bis zur Grenze zum Nachbarland ausweisen.
- Der Auftritt sollte keine Hinweise auf bereits getätigte Geschäfte mit ausländischen Verbrauchern enthalten, etwa entsprechende Kundenbewertungen.

Andernfalls müssten neben dem zwingenden Verbrauchergerichtstand auch die Verbraucherschutzvorschriften des Kundenlandes beachtet werden.

Anmerkung: Nach der Verordnung der Europäischen Union über die gerichtliche Zuständigkeit in Zivil- und Handelssachen sind Klagen gegen Personen, die ihren Wohnsitz im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats haben, in der Regel vor den Gerichten dieses Staates zu erheben. Des Weiteren kann nach dieser Verordnung in Streitigkeiten, die einen Vertrag betreffen, die Klage beim Gericht des Ortes erhoben werden, an dem die Verpflichtung aus dem Vertrag erfüllt worden ist oder zu erfüllen wäre. Liegt hingegen ein Verbrauchervertrag vor, gelten besondere Regeln: Hat der dem Verbraucher gegenüberstehende Gewerbetreibende seine Tätigkeit auf den Mitgliedstaat „ausgerichtet“, in dem der Verbraucher wohnt, kann der Verbraucher eine etwaige Klage beim Gericht des Mitgliedstaats erheben, in dem er selbst wohnt, und umgekehrt auch nur in diesem Staat verklagt werden. In dem o.g. EuGH-Urteil ging es um die Frage, ob ein Gewerbetreibender seine Tätigkeit auf den Wohnsitzmitgliedstaat des Verbrauchers „ausrichtet“, wenn er zur Kommunikation mit den Verbrauchern eine Website nutzt. Der EuGH wies darauf hin, dass die bloße Benutzung einer Website durch den Gewerbetreibenden als solche noch nicht zur Begründung eines Verbrauchergerichtsstandes ausreicht. Vielmehr setze die Anwendung des Verbrauchergeichtsstandes voraus, dass der Gewerbetreibende seinen Willen zum Ausdruck gebracht hat, Geschäftsbeziehungen zu Verbrauchern anderer Mitgliedstaaten herzustellen. Als solche Anhaltspunkte seien alle offenkundigen Ausdrucksformen des Willens des Gewerbetreibenden anzusehen, Verbraucher anderer Mitgliedstaaten als Kunden zu gewinnen, beispielsweise das Anbieten seiner Leistungen in mehreren namentlich benannten Mitgliedstaaten oder Ausgaben für Internetreferenzierungsdienste von Suchmaschinenbetreibern, um in an-

deren Mitgliedstaaten wohnenden Verbrauchern den Zugang zu seiner Website zu erleichtern. Jedoch könnten auch Anhaltspunkte, die nicht derart auf der Hand liegen – gegebenenfalls miteinander kombiniert –, das Vorliegen einer Tätigkeit belegen, die auf den Wohnsitzmitgliedstaat des Verbrauchers „ausgerichtet“ ist. Zu solchen Anhaltspunkten gehören etwa der internationale Charakter der fraglichen Tätigkeit, wie bestimmter touristischer Tätigkeiten, die Angabe von Telefonnummern mit internationaler Vorwahl, die Verwendung eines anderen Domännennamens oberster Stufe als dem des Mitgliedstaats, in dem der Gewerbetreibende niedergelassen ist, z.B. „.de“, oder die Verwendung neutraler Domännennamen oberster Stufe wie „.com“ oder „.eu“, die Wiedergabe von Anfahrsbeschreibungen von einem oder mehreren anderen Mitgliedstaaten aus zum Ort der Dienstleistung oder die Erwähnung einer internationalen Kundschaft, insbesondere durch die Wiedergabe von Kundenbewertungen.

Quelle: DIHK online und EuGH, Pressemitteilung Nr. 118/10

15.07.2011

Prof. Thomas Straubhaar im Interview zur deutschen Einwanderungspolitik

Herr Prof. Straubhaar, am 01. Mai 2011 hat Deutschland – als einer der letzten EU-Staaten – seinen Arbeitsmarkt auch für Arbeitnehmer aus den mittel- und osteuropäischen EU-Ländern (mit Ausnahme von Bulgarien und Rumänien) geöffnet. Wie viele Arbeitskräfte werden nach Ihrer Einschätzung in den kommenden Jahren aus diesen Staaten nach Deutschland strömen?

Der von vielen befürchtete Massenansturm wird ausbleiben. Zunächst dürfte es einen Nachholeffekt geben, danach aber wird sich die Nettozuwanderung auf einem Niveau einpendeln, das nicht einmal ausreichen wird, das zu kompensieren, was Deutschland durch die demografische Entwicklung an Erwerbspersonen verlieren wird.

Befürchtungen über eine Massenwanderung gab es bereits im Rahmen der EU-Süderweiterung (Beitritt Griechenlands, Spaniens und Portugals). Und die Realität zeigte ein ganz anderes Bild. Es passierte wenig bis nichts. Im Gegenteil: Die ursprünglichen Herkunftsländer sind selber zu Einwanderungsländern geworden, und viele der früher Ausgewanderten sind nach Hause zurückgekehrt. Das wichtigste Argument dafür ist der wirtschaftliche Aufholprozess, der mit dem EU-Beitritt eingeläutet wurde und die Motive zur Migration sinken lässt. Deutlich wird dies bei einer Betrachtung der Arbeitslosenquoten. Polen wies 2010 eine Arbeitslosenquote von 9,6% auf, die Tschechische Republik eine von 7,4%. Die beiden bevölkerungsmäßig größten Beitrittsländer liegen damit nur knapp über der Quote in Deutschland (7%). Zudem weist gerade das potenzielle Hauptentsendeland Polen in Europa eine enorme Wachstumsdynamik auf und verzeichnete als einziges EU-Land selbst in der Wirtschaftskrise positive Wachstumsraten.

Für welche Branchen in Deutschland bedeutet die neue Freizügigkeit die größten Chancen, und welche Berufsgruppen werden unter der neuen Konkurrenz zu leiden haben?

Zunächst einmal wird die Regelung im Bereich der Landwirtschaft, des Baus, des Gastgewerbes, der Reinigungsbranche und der haushaltnahen Dienstleistungen zu einer Zunahme führen. Osteuropäer, die vorher als saisonale oder illegale Arbeitskräfte hier beschäftigt waren, werden nun legalisiert und werden wohl auch länger hier bleiben. Längerfristig spricht allerdings die demografische Entwicklung in den Beitrittsstaaten eher für einen sich verschärfenden Konkurrenzkampf um Arbeitskräfte. Noch wird ein Großteil des Bedarfs an Zuwanderung für niedrig qualifizierte Erwerbstätigkeiten in Deutschland aus diesen Ländern durch Anwerbeprogramme gedeckt. In einer mittelfristigen Perspektive könnte allerdings der Bedarf an Arbeitskräften in Polen, Tschechien, der Slowakei und Ungarn derart stark steigen, dass sie als Entsendestaaten von Arbeitskräften nicht länger in Betracht kommen.

Deutschland hat seinen Arbeitsmarkt erst sehr spät geöffnet, weil es in Teilen der Politik Befürchtungen gab, die Liberalisierung könne zu Verwerfungen am deutschen Arbeitsmarkt führen. Welche Effekte erwarten Sie kurz- und mittelfristig für die Lohnhöhe und die Arbeitslosenquote in Deutschland? Ist die Arbeitnehmerfreizügigkeit gar ein Argument für einen flächendeckenden Mindestlohn?

Nur positive! Die Zuwanderer werden überwiegend in die wirtschaftlich boomenden Ballungsräume wandern. Dort herrscht bereits ein Mangel an Arbeitskräften. Deshalb dürfte der Lohndruck nach unten ohnehin gering werden – und auf dem Bau gilt ja bereits eine Mindestlohnregelung. Die Zahl der Arbeitslosen in Deutschland hat im Frühjahr 2011 die 3-Millionen-Grenze unterschritten. Fast 41 Millionen Menschen sind beschäftigt – mehr als jemals zuvor im geeinten Deutschland. Ausländische Billigarbeiter haben deutsche Facharbeiter nicht verdrängt, sondern ergänzt. Deutschland geht nicht die Arbeit aus, vielmehr fehlen qualifizierte Arbeitskräfte. Nicht mehr Arbeitslosigkeit ist das zentrale Thema, sondern der Fachkräftemangel. Deshalb lässt sich die Arbeitnehmerfreizügigkeit nicht als Argument für einen flächendeckenden Mindestlohn instrumentalisieren. Mindestlöhne würden nur in einigen Fällen tatsächlich zu einer besseren Entlohnung der gering qualifizierten Beschäftigten führen. In weiten Teilen würden Mindestlöhne die Beschäftigung der gering qualifizierten bereits hier lebenden Menschen verhindern und damit deren Beschäftigungschancen verringern.

Welchen Einfluss wird die Öffnung des Arbeitsmarktes auf das Wachstumspotenzial in Deutschland sowie in den Herkunftsländern der Arbeitnehmer haben?

Einen eher geringen! Denn um Effekte auf das Wachstumspotenzial auszuüben, sind die Wanderungsströme relativ zu den Beständen aller Arbeitskräfte schlicht viel zu klein! In der Tendenz wird Zuwanderung den Pool an Arbeitskräften vergrößern und damit das verfügbare Humankapital erhöhen. Dadurch steigt die Kapitalrentabilität, und das wirtschaftliche Wachstum wird stimuliert. Sich selbstverstärkende Effekte können diese Wachstumsspirale zusätzlich fördern: So ist die Wahrscheinlichkeit positiver externer Effekte bei höher qualifizierten Zuwanderern besonders hoch. Dadurch steigt auch die Leistungsfähigkeit einheimischer Arbeitskräfte. Dies wiederum fördert die Investitionstätigkeit und verkürzt die Zeit von einer Innovation zur Adaption und Diffusion neuen Wissens. Aber alles in allem darf man diese Effekte nicht überschätzen – weder im Guten und schon gar nicht im Schlechten!

Lassen Sie uns allgemein einen Blick auf die deutsche Einwanderungspolitik werfen. Angesichts der demografischen Trends für die nächsten Jahrzehnte stellt sich die Frage: Kann Deutschland den Bevölkerungsrückgang durch Zuwanderung dauerhaft bremsen oder sogar stoppen?

Nein! Zuwanderung sollte immer in Kombination mit anderen Mitteln eingesetzt werden, um den Folgen der demografischen Entwicklung und dem Fachkräftemangel zu begegnen. Neben der Qualifizierung von im Inland ruhenden Potenzialen sollten vor allem auch Maßnahmen ergriffen werden, die auf eine Erhöhung der Erwerbsbeteiligung von Frauen und auf eine höhere Erwerbsbeteiligung am Beginn und am Ende der Erwerbsbiographie abzielen. Zuwanderung hat allerdings gegenüber diesen Maßnahmen den entscheidenden Vorteil, schnell zu wirken, während die anderen Maßnahmen nur langfristig wirken und ihr Erfolg nicht garantiert werden kann. Klug gesteuert kann Zuwanderung helfen, das Verhältnis von Erwerbstätigen und Nicht-Erwerbstätigen zu balancieren und Lücken im Fachkräfteangebot zu schließen, ohne dass negative Auswirkungen auf das heimische Beschäftigungs- und Lohnniveau zu erwarten sind.

Wie kann es gelingen, dass wir für Hoch- und Höchstqualifizierte attraktiver werden? Und: Sind diese dann zwingend die häufig zitierten MINT-Kräfte?

Andere Länder schneiden offenbar besser ab, was die Anwerbung von Fachkräften aus dem Ausland angeht. Erfolgreich ist die in Österreich eingeführte Rot-Weiß-Rot-Karte (RWR), die ein deutliches Signal setzt, dass das Land offen ist für Zuwanderung und diese, wenn sie nach vorab festgelegten Kriterien erfolgt, willkommen heißt. So erhalten Hochqualifizierte die Möglichkeit, auch ohne Nachweis eines Arbeitsvertrags für sechs Monate zur Arbeitssuche

einzureisen. Für so genannte Schlüsselkräfte ist ein Mindestlohn Kriterium für die Möglichkeit auf Zuwanderung. Das besondere: Dieser Mindestlohn ist nicht starr festgelegt wie in Deutschland. Vielmehr orientiert er sich am Alter der Zuwandernden. Für Personen unter 30 Jahren gelten niedrigere Grenzen. Das könnte sich Deutschland zum Vorbild nehmen. Das bedeutet: Deutschland muss, auch weil es von außen nicht per se als für Zuwanderung offen angesehen wird, stärker als andere Staaten signalisieren, dass ausländische Fachkräfte willkommen sind. Dazu gehört eine Senkung der Mindesteinkommensgrenze für Hochqualifizierte von heute EUR 60.000 auf neu EUR 40.000 pro Jahr. Zusätzlich müssen für ausländische Studienabsolventen verbesserte Bleibemöglichkeiten angeboten werden. Und schließlich muss speziell für den MINT-Bereich ein attraktives Punktesystem das Kommen und Bleiben erleichtern. Dieses Punktesystem könnte nach einer positiven Evaluation nach gegebener Zeit auf weitere Bereiche ausgedehnt werden.

Welche Handlungsspielräume haben Unternehmen für den Fall, dass die Politik nicht schnell oder erfolgreich genug handelt?

Die Unternehmen haben mehr Optionen als man gemeinhin denkt. So gilt es auf betrieblicher Ebene, Arbeitszeiten und Arbeitseinsätze so zu flexibilisieren, dass Ältere und Frauen bessere Chancen haben, Fach- und Führungsaufgaben zu übernehmen. Entscheidend ist ein Perspektivenwechsel der Arbeitgeber. Veraltete historisch geprägte Rollenbilder von Arbeit, Beruf und Familie müssten durch zeitgerechte, der heutigen Wirklichkeit entsprechende Verhaltensweisen ersetzt werden. So sollten bei der Bezahlung der Belegschaften nicht Input, sondern Output, also nicht Anwesenheit, sondern Leistung belohnt werden. Das würde den Beschäftigten in verstärktem Maße ermöglichen, Arbeitszeit und Arbeitsort nach eigenem Gutdünken zu wählen, solange die Ergebnisse stimmen. Die alleinerziehende Mutter könnte dann vermehrt von zu Hause aus, in den frühen Morgen- oder späten Abendstunden ihr Pflichtenheft abarbeiten. Die ältere Witwe würde vielleicht gerne sonntags oder während der allgemeinen Schulferienzeiten jüngere Kolleginnen mit Kindern entlasten. Generell geht es um die Möglichkeit, verschiedene Rollen miteinander zu vereinbaren, und insbesondere für Frauen darum, gleichzeitig als Mutter und im Beruf erfolgreich sein zu können.



Prof. Thomas Straubhaar ist Leiter des Hamburgischen Weltwirtschaftsinstituts (HWWI), Professor der Universität Hamburg und Mitglied des Sachverständigenrates Migration und Integration.

Quelle: Deutsche Bank DB Research, Publikationen, Juni 2011

01.07.2011

1 Cent zu viel Einkommen kostet Sie das Kindergeld

Wenn Ihr Kind Geld verdient - etwa durch die Mitarbeit in Ihrem Betrieb -, achten Sie auf die Einhaltung der Einkommensgrenze von 8.004 € im Jahr. Verdient es nur einen Cent zu viel, wird Ihnen das Kindergeld komplett gestrichen! Dieser „Fallbeileffekt“ ist nicht verfassungswidrig (BverfG, 27.7.2010, Az. 2 BvR 2122/09).

Handbuch für Selbstständige Dezember 2010
VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft
ISBN 978-3-8125-0354-9

22.11.2010

Das Glokalisierungs-Prinzip

Gerade in der globalen Welt zählt die kleinere soziale Einheit

Das 20. Jahrhundert war vom großen Grundkonflikt der Klassengesellschaft geprägt: Staat versus Wirtschaft, links gegen rechts. In diesen Frontlinien verlaufen heute noch die meisten politischen Debatten: Soll der Staat mehr Verantwortung übernehmen? Der Einzelne alle Lebensrisiken tragen? Die Wirtschaft schärfer reguliert werden? **In der globalisierten Welt des 21. Jahrhunderts ist diese alte Polarität weitgehend obsolet.** Der Staat gerät an seine Grenzen – selbst wenn er wollte, könnte er kaum noch mehr Lebensrisiken der Bürger übernehmen. Die Wirtschaft lässt sich generell nur noch selten regulieren – und wenn, dann nur zu einem hohen Preis. Der „Bürger“ fühlt sich in der Rolle des Transferempfängers abwechselnd bevormundet und unterversorgt, und eine allgemeine Kultur des Jammerns und Lobbyisierens hat den politischen Diskurs ersetzt. So fahren alle Zukunftsdebatten immer im Kreis herum.

Dieses Ringelreihen könnte unterbrochen werden, indem wir uns wieder auf den Ursprung des Sozialwesens zurück besinnen: die Stadt, die Gemeinde, der Stadtteil, die Region. Wenn es stimmt, dass die zentrale Ressource der Zukunft die Kooperation ist, dann liegt in der „Lokalpolitik“ das Experimentierfeld der Zukunft. Hier lassen sich soziale Konflikte lösen oder zumindest moderieren. Hier können wir heute schon **spannende neue Public-Private-Partnerships** erleben: im Bereich der Bildung, des Stadtdesigns, der Gesundheitsversorgung, der Arbeitsmarktpolitik, der Energie. Da kaufen Gemeinden ihr Stromnetz von den Energiekonzernen zurück – und entwickeln einen regionalen grünen Stromversorger. Da gestalten Bürger ihre Ortskerne neu. Da kooperieren Gemeinden für ein neues, exzellentes Schulzentrum, in dem sich die ideologisierten Fragen der Schultrennung gar nicht mehr stellen. Da ersetzt Bürgerarbeit das Hartz-IV-Elend.

Wer sagt denn, dass Innovation immer nur im Bereich der Technik oder der Warenwelt stattfinden muss? Soziale Innovationen sind mindestens genauso spannend wie das neue iPad. In einer neuen Urban- und Regionalpolitik lassen sich die alten ideologischen Grenzen überwinden, Zukunft und Vergangenheit versöhnen. Hier entsteht das eigentliche Kapital der Zukunft; Sozialkapital. Aber eben nicht nur durch Umverteilung und Forderungen und neue Bürokratie. Sondern durch die „3-Zukunft-Ks“; Kommunikation, Kreativität, Kooperation.

Matthias Horx
Zukunftsletter Ausgabe September 2003
VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG und Zukunftsinstitut Matthias Horx

08.11.2010

Um die Zukunft zu meistern benötigen wir neues Denken:

Freie Presse: Wieso sollte man dann noch aktiv Zukunft gestalten? Also vor dem Hintergrund: Die Natur, oder sagen wir, ein natürlicher Prozess wird's schon richten.

Horx: Weil diese Systeme von Menschen gemacht sind und von Menschen gestaltet werden müssen. Der Wahlspruch des Orakels von Delphi war: Erkenne dich selbst! Diese antike Institution hatte ja die Aufgabe, durch Spiegelungen und die Erzeugung von Zweifeln die Politik der damaligen Zeit zu befördern. In dieser Tradition sehe ich heutige Zukunftsforschung und Prognostik. Wir arbeiten in der klassischen Zukunftsforschung mit Szenarien, die eine Bandbreite möglicher Entwicklungen abdecken, und versuchen, Zukunft darzustellen als einen gangbaren Weg. Das ist in Deutschland schon eine Provokation.

Freie Presse: Eine Provokation?

Horx: Hier müssen Sie zunächst mal durch ein gewaltiges Minenfeld von: Es geht nicht, es kann nicht sein und wird sowieso immer schlimmer kommen. Das lässt uns erstmal nicht darüber nachdenken, wie wir gesellschaftliche Systeme verbessern können. Ob Bildung, Konsum, Medizin, Arbeitswelt: Was wir brauchen, sind offene, lernende, vernetzte Systeme. Was wir brauchen, ist eine erhöhte Flexibilität, um die Zukunftsfähigkeit von Systemen zu steigern. Denn wir leben in einer komplexeren, in einer globaleren Welt als früher. Da können wir mit unseren Rezepten, die oft noch aus dem 19. Jahrhundert stammen, wie das Sozialsystem, nicht mehr funktionieren.

Freie Presse: Was heißt das konkret - zum Beispiel fürs System Rente?

Horx: In einer Gesellschaft, in der sich Arbeit verändert, ist die aufgeregte Debatte darüber, ob man mit 67 in Rente gehen soll oder nicht, ziemlich daneben. Was wir brauchen, ist ein flexiblerer Arbeitsbegriff. Es gibt Menschen, die mit 70 noch fit sind und überhaupt keine Lust haben aufzuhören. Und es gibt Menschen, die mit 50 fertig sind. Und dafür müssen wir Lösungen finden, Systeme, die differenziert auf Lebenslagen reagieren können.

<http://www.freiepresse.de/SPECIALS/SPECIAL35/7517418.php>
Glück des Lebens

02.11.2010

Internet: Bloß nicht zu viel plaudern!

Früher haben die Leute auf dem Land selbst nachts ihre Haustür unverschlossen gelassen. Das tun sie längst nicht mehr, weil man auch dort leider sehr schlechte Erfahrungen mit der Ehrlichkeit anderer Menschen gemacht hat. Im Internet verhalten wir uns dagegen immer noch völlig arglos, wie früher die Leute auf dem flachen Land: Unsere Tür steht meist einladend sperrangelweit auf für Einstiegsdiebe aller Art.

Hand aufs Herz: Verschlüsseln Sie etwa Ihre E-Mails zum Beispiel an Ihre allerbeste Freundin Jutta, wenn Sie dieser das eine oder andere süße Geheimnis stecken? Aber damit nicht genug, was das Geld anbelangt, sind viele im Internet so großzügig wie nirgendwo sonst. Sie sollten aber mit Ihren Finanzdaten im Web sehr geizig sein. Denn es gibt eine Menge Leute – z. Bsp. in Rumänien oder Afrika -, die Tag und Nacht auf der Lauer liegen, um den Zugang zu Ihrem Konto heraus zu bekommen.

Mich überrascht immer wieder, mit welcher Sorglosigkeit viele Zeitgenossen insbesondere in den „sozialen Netzwerken“ oder indirekt beim Datenkraken „Google“ im Internet die Hüllen fallen lassen. Falls Sie gerade bei Facebook, StudiVZ, Twitter oder XING Millionen von Menschen mitgeteilt haben sollten, wie Ihr Uni-Abschluss oder Ihr Hauptschulzeugnis ausgefallen sind, welchem Hobby Sie nach Feierabend am liebsten nachgehen oder wie lecker Sie Eierpfannkuchen mit einem Schuss Eierlikör finden, sollten Sie sich einmal diese einfache Prüfung stellen: „Würde ich das alles in der Straßenbahn einem Fremden unaufgefordert erzählen?“

Im Internet scheint indessen so etwas wie ein permanentes „Sauna-Gefühl“ zu herrschen: „Hier sind wir alle nackt. Wir müssen ja nichts voreinander verbergen.“ Das glauben aber nur Sie. Die Voyeure im Web sind, was die eigene Haut anbelangt, meist sehr zugeknöpft. Sie interessiert nur, was Sie leichtfertig enthüllen. Für ein paar Euro ist die passende Technik, mit der sich Ihr Schreibtisch und selbst Ihr Schlafzimmer daheim unbemerkt ausspähen las-

sen, auf dem Markt frei zu haben. Zum Beispiel: Flash Cookies. Diese speziellen Spionage – Cookies, die über den Flash Player von Adobe auf Ihrer Festplatte gelangen können, enthalten kleine Befehle und sogar Programme, mit denen sich im PC installierte Webcams und Mikrofone unbemerkt aktivieren lassen. Kürzlich standen Leute vor Gericht, die sich auf diesem Weg sogar in fremde Kinderzimmer eingeschlichen hatten.

Auf die Datenschutzbestimmungen, denen sich viele „Social Networks“ vordergründig unterwerfen, muss man nicht all zu viel geben. Die größten Unternehmen sitzen im Ausland. Wer will da was kontrollieren? Erklärungen, man arbeite beim Datenaustausch nur mit „ausgewählten, vertrauenswürdigen Dritten“ und nur „soweit erforderlich“ zusammen, klingen nicht gerade vertrauenseinflößend. In ihren Geschäftsbedingungen behalten sich selbst namhafte Anbieter von sozialen Netzwerken vor, dass sie gegebenenfalls bei Akquisitionen, Fusionen, Umorganisationen und dergleichen mehr ihre Datenbestände auch verkaufen dürfen - darunter selbstverständlich auch das Profil von Ihnen. An wen verkauft wird? Sie werden mit größter Wahrscheinlichkeit nicht vorher gefragt.

Falls Sie dazu neigen, im Internet ein wenig eine Plaudertasche zu sein, sollten Sie immer dies bedenken: Das Internet vergisst nie! Alles was Sie gesagt haben, bleibt gespeichert. Also: **Reden ist Silber, Schweigen ist Gold!** Gehen Sie auf keinen Fall auf noch so verlockende Einladungen ein, mehr als eben nötig über sich preis zu geben. Schon gar nicht in sozialen Netzwerken. Zur Anmeldung bei den meisten Netzwerken reichen Vor- und Zuname und die E-Mail-Anschrift. Ihre Handynummer zum Beispiel sollten Sie dort niemals ins Profil schreiben. Denn: Nicht jeder, der das liest, wird Sie später als Freund besuchen.

aus VNR.de Expertentipps vom 20.10.2010
Sabine Olthof, Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG

25.10.2010

Sozialrecht / Keine Krankenkassenbeiträge auf private Lebensversicherung (BVerfG)

Lassen Rentner ihre vom Betrieb abgeschlossene Lebensversicherung auf sich umschreiben und führen sie die Versicherung privat fort, müssen sie ausnahmsweise keine Krankenkassenbeiträge bezahlen (BVerfG, Beschlüsse v. 6.9.2010 – 1 BvR 739/08 und v. 28.9.2010 – 1 BvR 1660/08).

Ab der vollständigen Umschreibung des Vertrages sind keine Zahlungen für die Kranken- und Pflegeversicherung mehr fällig. Die Rechtsprechung des BSG wurde damit teilweise für verfassungswidrig erklärt.

Hintergrund: Gemäß § 229 Absatz 1 Satz 1 Ziffer 5 SGB sind Renten der betrieblichen Altersversorgung der Altersrente vergleichbare Einnahmen, aus denen Beiträge zur Kranken- und Pflegeversicherung der Rentner abgeführt werden. Das gilt nach § 229 Absatz 1 Satz 3 SGB V in der seit dem 1. Januar 2004 geltenden Fassung auch dann, wenn eine nicht regelmäßig wiederkehrende Leistung vor Eintritt des Versicherungsfalls vereinbart oder zugesagt worden war.

Bei den beiden, dem Bundesverfassungsgericht vorgelegten Fällen, war es strittig, ob die Erhebung von Kranken- und Pflegeversicherungsbeiträgen auch bei Leistungen aus einer vom Arbeitgeber zugunsten des Arbeitnehmers geschlossenen Kapitallebensversicherung verfassungskonform ist, wenn deren Prämien teilweise vom Arbeitnehmer selbst entrichtet wurden.

Sachverhalt: Für zwei Arbeitnehmer, für die ihre ehemaligen Arbeitgeber Lebensversicherungen abgeschlossen hatten, wurden die Versicherungsprämien zunächst teilweise vom Arbeitgeber, teilweise vom Arbeitnehmer bezahlt. Nach Eintritt in die Altersteilzeit zahlte der eine die Prämien allein weiter, Versicherungsnehmer blieb allerdings das Unternehmen. Durch die Anbindung an die betriebliche Altersvorsorge gelten die günstigeren Gruppentariife. Nach Fälligkeit der Versicherungssumme über rund 43.000 Euro wurden dem Rentner dann monatlich etwa 55 Euro Kranken- und Pflegeversicherung berechnet. Denn nach dem Gesetz von 2004 werden auch auf einmalige Zahlungen der betrieblichen Altersversorgung Beiträge fällig.

Im zweiten Fall hatte die Firma des Arbeitnehmers Insolvenz angemeldet, der Mitarbeiter ließ deshalb die Lebensversicherung auf sich umschreiben und zahlte die Prämien privat weiter. Auch in seinem Falle verlangte die Kranken- und Pflegeversicherung nach der Auszahlung dann aber auf den Gesamtbetrag Kranken- und Pflegeversicherungsbeiträge. Die beiden Rentner klagten vor dem Bundessozialgericht, blieben jedoch ohne Erfolg.

Das BVerfG entschied, dass die Beiträge auf die betriebliche Lebensversicherung im ersten Fall rechtmäßig sind, weil hier der Betrieb Versicherungsnehmer geblieben war und der Arbeitnehmer die institutionellen Vorteile des Gruppenvertrages behielt. Im zweiten Fall wurde der Versicherungsvertrag jedoch gänzlich umgeschrieben und glich einem privaten Versicherungsvertrag. Die ab der Umschreibung privat finanzierte Lebensversicherungssumme darf deshalb nicht mit Kranken- und Pflegeversicherungsbeiträgen belastet werden.

Quelle: BVerfG, Pressemitteilung 94/2010

18.10.2010

„Urbaner Eskapismus steht nicht für eine erneute Flucht aufs Land, sondern bedeutet viel mehr die stärkere Integration der Outdoor-Aktivitäten ins städtische Umfeld.“

Eine neue Synthese von Urbanität und Abenteuerlust

Egal, ob der Verkauf von Wanderschuhen oder das Angebot an Freizeitaktivitäten wie Paddeln, Klettern, Wandern – das Phänomen Outdoor ist mittlerweile fest in Kultur und Gesellschaft verankert. Outdoor boomt und das nicht nur im klassischen Sinne „draußen in der Natur“. Der Outdoor-Trend hat längst Einzug in den urbanen Alltag gehalten, so wie auch die Natur im städtischen Umfeld längst kein Fremdwort mehr ist. Im gleichen Maße, wie sich beim Wohnen Wohn- und Gartenmöbel vermischen, die Metropole nicht länger nur der Stadtnukleus, sondern längst auch die umliegenden Gemeinden umfasst und Natur ihren musealen Charakter verloren hat, so hört der Lebensstil „Outdoor“ nicht mehr in dem Moment auf, wenn das Ortseingangsschild passiert wird. In der Gesellschaft von Morgen wird beides verlangt: Urbanität und Eskapismus, Stadt und Land, Metropole und Natur, Komfort und Bewegung. Diese vermeintlichen Gegensätze werden überzeugend aufgehoben werden, um das Sowohl-als-auch zufrieden stellend zu bedienen.

Top – Trends 2010/2011

11.10.2010

0180 – Service – Dienste

0180 – Nummern sind nicht kostenfrei – auch dann nicht, wenn man über eine Telefon-Flatrate anruft. Zudem sind sie oft ewig besetzt. In der Regel werden Gespräche zu 0180 – Nummern aber im Hintergrund auf ganz normale Telefonnummern umgeleitet.

Im Internet gibt es Verzeichnisse, in denen man diese Festnetznummern finden und dann gleich dort anrufen kann. Das spart Geld, und man erreicht auch schneller einen Ansprechpartner. Beispiel: www.0180.info

Handbuch für Selbstständige August 2010
VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft
ISBN 978-3-8125-0354-9

04.10.2010

Vertrauen

Unternehmertum ist in Zukunft die Kunst, soziale Umwelten zu schaffen, in denen Menschen wachsen und lernen. Der Kapitalismus 2.0, der Wissens-Kapitalismus, zwingt zur Emanzipation. Denn Unternehmen müssen einen Rohstoff besonders intensiv produzieren: Vertrauen. Firmen, die ihren Kunden und Mitarbeitern gegenüber kein langfristiges Vertrauen generieren können, sind zum Tode durch Dinosauriertum verurteilt. Sie werden bestenfalls zerteilt, zerlegt, zerstückelt. So einfach ist das. Und so spannend.

Zukunftsletter 07/10
VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG
und Zukunftsinstitut Matthias Horx

27.09.2010

„Cool“ wird neu definiert

Cool war in der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts der, der sich über Mode und Lifestyle-Attribute unterscheidet. In der sogenannten Generation Y (1980 oder später Geborene) hat sich das verändert, wie die amerikanische Marketing-Professorin Carol Phillips herausgefunden hat. Cool ist heute derjenige, der etwas bewirkt mit seinen Fähigkeiten, er (oder sie) ist ein „Doer“. Wer zukünftig Coolness um sich verbreiten möchte, der geht hinaus in die Welt, bewirkt etwas und erlangt dadurch seinen internen Status in der Gruppe.

Zukunftsletter 03/10
VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG
und Zukunftsinstitut Matthias Horx

21.09.2010

„Kritzeln“ bei Gesprächen fördert die Merkfähigkeit

Gehören Sie zu den Menschen, die kritzeln, sobald Sie zuhören? Malen Sie auch Strichmännchen beim Telefonieren oder ineinander verschlungenen Kreise und Spiralen in der Besprechung?

Viele betrachten das als Unsitte, als mangelnde Konzentration oder als fehlenden Respekt dem Gesprächspartner gegenüber. Ich dagegen kann nur sagen: „Weiter so!“

Denn durch diese Kritzeleien trainieren Sie Ihr Gehirn. Es wird gerade in den Bereichen besser durchblutet, die wichtig sind, wenn Sie Informationen aufnehmen und verarbeiten wollen.

Zu diesem Ergebnis kommen Forscher der Universität Plymouth. Sie hatten eine Studie durchgeführt, bei der die Teilnehmer am Telefon eine Liste vorgelesen bekamen. Es ging um Namen von Menschen, die zu einer Party zugesagt hatten. Diese Namen sollten sich die Testpersonen merken.

Ein Teil der Studienteilnehmer durfte während des Telefonats auf einem Blatt Papier malen. Diese Probanden konnten sich im Anschluss besser an die Inhalte des Gesprächs erinnern. Sie hatten eine um 29% geringere Fehlerquote als diejenigen, die nicht malen durften. Zudem konnten sie sich auch an andere Details des Gesprächs besser erinnern.

Dr. Spitzbart`s Gesundheitspraxis
Ausgabe September 2010

09.09.2010

Mit einer „Erholungsbeihilfe“ bis zu 100 € Steuern sparen!

Beschäftigen Sie Mitarbeiter, dürfen Sie denen zur Urlaubszeit eine „Erholungsbeihilfe“ zahlen. Versteuern Sie die pauschal mit 25 %, fallen keine Sozialabgaben an (§40 Abs. 2. Nr. 3 EstG).

Diese Regelung gilt auch für Familienangehörige, die Sie auf Basis eines üblichen Vertrages beschäftigen. Begünstigt sind jährlich bis zu

- 156 € für den Mitarbeiter selbst
- 104 € für seinen Ehepartner (das können auch Sie als der Arbeitgeber Ihres Partners sein!) und
- 52 € für jedes Kind,

sofern der Betrag tatsächlich für den Urlaub verwendet wird. Das wird unterstellt, wenn Sie die Beihilfe 3 Monate vor bis 3 Monate nach dem Urlaub auszahlen – auch, wenn der zu Hause stattfindet.

Zahlen Sie einem verheirateten Mitarbeiter mit zwei Kindern 364 € als Erholungsbeihilfe, kommt dieser Betrag netto ohne Abzüge bei ihm an. Sie zahlen für dieses Gehaltsextra 91 € Pauschalsteuer, so dass Sie Gesamtkosten von 455 € haben, die Sie als Betriebsausgaben absetzen.

Bleibt die Erholungsbeihilfe in der Familie und übersteigt Ihr persönlicher Grenzsteuersatz 25, wird aus der Erholungsbeihilfe ein Steuersparmodell. Denn Ihre Steuerersparnis ist dann höher als die Pauschalsteuer, so dass der Fiskus also unterm Strich Ihre persönliche Urlaubskasse aufstockt.

Handbuch für Selbstständige Juni 2010
VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft
ISBN 978-3-8125-0354-9

30.08.2010

Der Erfolg und die Angst

„Es war ein langer Weg von den rauchenden Schloten der ersten Fabriken bis zur Google-Starbucks-iPod-Twitter-Welt von heute. Aber irgendwann auf diesem langen Weg wurde aus dem Lohnabhängigen, dem Proletarier, ein Konsument. Aus dem Massen- oder Klassenmenschen entstand ein Bürger. Aus dem Bewohner eines bestimmten Sozialmilieus formte sich ein Individuum. Aus den Kontrollinstrumenten des Staates oder der ökonomisch Herrschenden entstand ein Sozialstaat, der auf vielfältige Weise seinen Bürgern zu Dienstleistungen verpflichtet ist (auch wenn er nicht immer erfüllt, was von ihm erhofft wird).

Die Ökonomisierung der Gesellschaft war unerhört erfolgreich, und ihre Dynamik bleibt ungebrochen. Dieser Prozess treibt uns in eine Freiheit, die uns ständig überfordert und die wir doch ewig ersehnen. Er gibt uns die Macht, zu bestimmen, wie wir uns kleiden, wie wir lieben und unsere Umwelt gestalten wollten. Und zwingt uns gleichzeitig zu ständigen Entscheidungsoperationen, die Menschen in keiner anderen Gesellschaftsform vollbringen mussten.

Und da sind wir nun also. Der alte Jäger und Sammler ist – wieder – angekommen. In einem Paradies ganz neuer Art, in der „das Fleisch“ an jeder Ecke in Hülle und Fülle zu haben ist. Da liegen sie ausgebreitet unter dem Neonlicht, bei Tag und bei Nacht, die Leckereien, die unerhörten Überflüsse des Zuckers, der Proteine, die Berge köstlicher Fette und süßester Früchte – Verlockungen, die früher nur in Mythen und Märchen zu haben waren.

All das steht uns rund um die Uhr zur Verfügung, mit ein bisschen Geld ist so gut wie alles zu haben, und selbst die Ärmsten der Armen verfügen heute über Reichtümer, von denen unsere Vorfahren noch nicht mal träumen konnten. Wir haben die Wahl. Überall leuchten nun die „Geister“ der Werbung, trommeln die Botschaften der elektronischen Kommunikation, wabern die Bilder der Massenmedien. Die große Dürre ist der großen Überfülle gewichen.

Verwundert reibt sich unser alter Primat die Augen. Kann das alles wahr sein? Ist es nicht Hexerei und Teufelswerk? Schon ergreift uns die Panik. Kann das bleiben? Nie und nimmer! Etwas Schreckliches wird passieren, muss passieren. Wann kommt die nächste Dürre? Die nächste große Flut?....“ [1]

[1] aus Matthias Horx „Das Buch des Wandels Wie Menschen Zukunft gestalten“
Deutsche Verlagsanstalt München
ISBN 978-3-421-04433-4