Erfolgsgeschichten aus der Region

HEFT BUSINESSVIEW präsentiert am Freitag starke Unternehmen

Von **Volker Nies**

In den Unternehmen in der Region hat sich in diesem Jahr viel getan. Jeden Samstag berichten wir an dieser Stelle davon. Spannende und zum Teil überraschende Geschichten über 47 Unternehmen enthält das Heft „businessVIEW17“, das am kommenden Freitag unserer Zeitung beiliegen wird – auch im Einzelverkauf in den Geschäften.

Das Heft beleuchtet interessante Hintergründe. Es erzählt Erfolgsgeschichten und zeigt Firmen oft von einer Seite, von der man sie bisher nicht kannte. Manche Unternehmen haben sich schon in Vorjahren in dem Heft präsentiert und erzählen nun eine neue Geschichte. Viele Unternehmen nutzen die Bühne von BusinessView zum ersten Mal.

Das Heft, das in dieser Form seit 2011 vom Verlag Parzeller herausgegeben wird, hat sich zu einem wichtigen Instrument des Personalmarketings entwickelt. Im Wettbewerb um die besten Köpfe gilt wie überall: Tue Gutes und rede darüber. BusinessView ist eine Plattform für Firmen, sich einer großen und interessierten Öffentlichkeit zu präsentieren – und vor allem den Schulabgängern und Beschäftigten aus der Region, die einen Ausbildungsplatz oder eine neue berufliche Herausforderung suchen. Mit dem Heft präsentieren sich die Firmen als attraktive Arbeitgeber und als interessante Ausbildungsbetriebe.

„In diesem Jahr ist das Heft so dick wie nie zuvor“, berichtet Heike Reddig, zuständige Redakteurin. Sie wurde bei der Erstellung von der Redaktion von „Wirtschaft & Karriere“ tatkräftig unterstützt. So viele Unternehmen wie in keinem der Hefte zuvor werden porträtiert: Große und kleine, bekannte und weniger bekannte Unternehmen, Firmen aus der Stadtregion Fulda und aus dem ländlichen Raum findet der Zeitungsleser in dem Heft – der Zeitungsleser deshalb, weil das Heft ausschließlich als Beilage in den Tageszeitungen unserer Gruppe vertrieben wird. Auch Unternehmen, die man nicht sofort in BusinessView vermutet hätten, werden vorgestellt, wie das Rote Kreuz. „Der Erfolg des Heftes hat viele Gründe: Die Unternehmen werden nicht werblich dargestellt, sondern ihre Geschichte wird journalistisch mit ausgewogenen Texten und spannenden Fotos präsentiert“, erklärt Reddig. Die Darstellung ihrer Erfolgsgeschichte macht nicht nur die Arbeitgeber stolz, sondern ebenso ihre Mitarbeiter.

Auch die physische Qualität des Heftes ist eine besondere: Das Papier und der Umschlag sind besonders langlebig – ebenso wie der Inhalt. „Wir haben die Erfahrung gemacht, dass unsere Leser das Heft aufheben – gerade vor den Weihnachsferien. Vieles wird gleich gelesen. Andere Texte liest man später. Wer eine Ausbildungsstelle oder einen Arbeitsplatz sucht, für den ist es oft sogar ein Nachschlagewerk“, berichtet die Redakteurin. Firmen nutzen es über viele Monate, um es Kunden oder potenziellen Mitarbeitern zu geben.

Weil das Heft der Fuldaer Zeitung mit ihren Lokalausgaben Hünfelder Zeitung, Kinzigtal Nachrichten und Schlitzer Bote beiliegt, erreicht das Heft die richtige Zielgruppe: Leser einer regionalen Tageszeitung sind im Durchschnitt gut ausgebildet, und sie besitzen ein überdurchschnittliches Interesse an der Region und dem Arbeiten in der Region.

Nicht nur jetzt

Das Ergebnis der Umfrage der Wirtschaftsberater von Ernest & Young zum Einkauf von Weihnachsgeschenken widerspricht dem weit verbreiteten Vorurteil, dass der Marktanteil des Onlinehandels immer weiter wächst. Gerade vor Weihnachten schätzen Verbraucher die besonders schöne Atmosphäre in den Geschäften und in den Innenstädten. Das hat der Internethandel nicht zu bieten. Deshalb wollen viel mehr Verbraucher ihre Geschenke in den Geschäften vor Ort als Online kaufen. Ob sich die Angabe in der Umfrage, man kaufe lieber vor Ort ein als online, dann beim Einkauf immer bestätigt, ist noch eine andere Frage.

Aber das Ergebnis der Umfrage zeigt, dass die Innenstädte und der in ihnen präsente Handel gutes Chancen haben, wenn sie auf ihre Stärken setzen: In einer Stadt können Kunden bummeln und mit Freunden oder Bekannten, die man zufällig trifft, einen Kaffee (oder jetzt einen Glühwein) trinken. Im Einzelhandel vor Ort können Kunden die Ware besser beurteilen als im Internet. Sie werden besser beraten und können die Produkte, die ihnen gefallen, sofort mitnehmen.

Der Einzelhandel in den kleinen und großen Fachgeschäften, Kaufhäusern und Einkaufszentren hat Trümpfe, auf die er in der Auseinandersetzung mit dem Internethandel ganz selbstbewusst setzen kann – das ganze Jahr über und nicht nur jetzt in der Adventszeit.

Volker Nies

Schlitzer Whisky unter deutschen Top 6

DESTILLERIE bei Verleihung der Whisky-Oscars sehr erfolgreich

Schlitzer Whisky setzt Maßstäbe. Die Jury des Fachmagazin „Der Whisky-Botschafter“ und der Whisky-Guide Deutschland haben das edle Getränke aus Schlitz erneut ausgezeichnet.

Der Slitesian Single Malt Whisky (49 Prozent) wurde mit einer Silbermedaille ausgezeichnet. Die 50 besten Whiskybrennereien des Landes konnten einen ihrer Whiskys am heißbegehrten Wettbewerb antreten lassen, der auch als Oscar des deutschen Whiskys bekannt ist. Die Schlitzer Destillerie schickte ihren neuen Slitesian Single Malt Whisky – peaty – ins Rennen. Dieser konnte sich den „Germany‘s Silver Whisky Award“ sichern.

Damit gehört der Whisky aus Schlitz zu den sechs besten Whiskys Deutschlands. Bereits 2013 und 2016 konnten die Schlitzer sich zu den Besten der Besten zählen und erhielten Bronze und Silber. Award-Verleiher und Herausgeber des „Whisky Botschafters“ Heinfried Tacke lobte gegenüber Destillerie-Geschäftsführer Tobias Wiedelbach: „Ihr setzt Maßstäbe!“ vn

Stolz auf die Ehrung (von links): Geschäftsführer Tobias Wiedelbach, Destillateurmeister Florian Susemichel. Brennermeister Gottfried Ickler und Destillateurmeisterin Nina Lang.

Wenn Mitarbeiter nur kurzfristig benötigt werden

NICHT NUR IM WEIHNACHTSGESCHÄFT: Die Tücken der Scheinselbständigkeit

Von **Anna Fellner**

Die Stadt ist voll. Die Leute kaufen Weihnachtsgeschenke. Gerade in der Vorweihnachtszeit gibt es vor allem im Einzelhandel einen kurzfristig erhöhten Bedarf an Arbeitskräften. In solchen Situationen will ein Unternehmen aber gerade nicht neue Arbeitnehmer einstellen, an die es in der Regel für längere Zeit gebunden ist.

Doch wie kann ein Unternehmen flexibel Personal einsetzen, um den kurzfristig erhöhten Personalbedarf zu decken? Hierfür gibt es in der Praxis insbesondere drei Möglichkeiten: Die Beschäftigung von Selbstständigen auf Basis eines Werk-/Dienstvertrags, der Abschluss eines befristeten Arbeitsverhältnisses oder die Arbeitnehmerüberlassung.

Bei dem Einsatz von Selbstständigen ist jedoch besondere Vorsicht geboten. Stellt sich heraus, dass es sich bei dem

RECHTSFRAGEN IM FIRMENALLTAG

Selbstständigen um einen sogenannten Scheinselbstständigen handelt, ist dieser tatsächlich Arbeitnehmer des beauftragenden Unternehmens und steht mit diesem in einem (unbefristeten) Arbeitsverhältnis.

Das Unternehmen muss für die Zeit, in der es den Scheinselbstständigen beschäftigt hat Sozialversicherungsbeiträge (sowohl den Arbeitnehmer-, als auch den Arbeitgeberanteil) nachzahlen. Dabei kann es den jeweiligen Arbeitnehmeranteil nur für die letzten drei Monate vom Arbeitnehmer zurückfordern. Für vorherige Zeiten muss das Unternehmen sowohl den Arbeitnehmer- als auch den Arbeitgeberanteil tragen. Die Nichtabführung von Sozialversicherungsbeiträgen ist eine Straftat nach dem Strafgesetzbuch.

Doch woran unterscheidet man einen „wirklich“ Selbstständigen von einem Scheinselbstständigen? Die Abgrenzung kann nicht eindeutig anhand klarer Kriterien vorgenommen werden. Vielmehr handelt es sich um eine Gesamtschau einer Vielzahl von Kriterien in jedem Einzelfall.

Es kommt darauf an, ob der „Selbstständige“ Weisungen des Auftraggebers hinsichtlich Inhalt, Durchführung, Ort und Zeit der Tätigkeit unterliegt, und ob er in den Betrieb des Auftraggebers, in dem er tätig ist, eingegliedert ist. Für eine Eingliederung spricht zum Beispiel ein arbeitsteiliges Zusammenarbeiten mit Mitarbeitern des Auftraggebers, Nutzung der Hard- und Software des Auftraggebers oder auch der Erhalt von Mitarbeitervergünstigungen.

Anna Fellner

Letztlich kommt es nicht auf den Vertrag selbst, sondern immer auf die Vertragsdurchführung an, also darauf, wie in der Praxis tatsächlich mit dem „Selbstständigen“ umgegangen wird. Daher ist in der Praxis besonders darauf zu achten, dass dem „Selbstständigen“ möglichst keine Weisungen erteilt werden und er nicht in den Betrieb, in dem er tätig ist, eingegliedert wird. Anderenfalls können erhebliche Nachzahlungen von Sozialversicherungsbeiträgen für das Einsatzunternehmen und Strafen für die handelnden Personen des Einsatzunternehmens drohen. Auch kann sich der „Selbstständige“ eventuell erfolgreich als Arbeitnehmer in das Unternehmen einklagen.

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, um einen kurzfristigen Arbeitskräftebedarf zu decken. Es ist jedoch stets genau zu prüfen, wie das Fremdpersonal eingesetzt werden soll. Soll das Fremdpersonal wie eigene Arbeitnehmer behandelt werden, besteht unter anderem die Möglichkeit eines befristeten Arbeitsverhältnisses oder einer Arbeitnehmerüberlassung.

Arbeitet das Fremdpersonal selbstständig und ohne, dass es in den Betrieb eingegliedert wird, kann es gegebenenfalls auf Basis eines Werk-/Dienstvertrags eingesetzt werden, wobei hier immer ein gewisses Risiko einer Scheinselbstständigkeit besteht.

Anna Fellner ist Rechtsanwältin in der Kanzlei Greenfort in Frankfurt