

Kreativ, ideenreich, digital und serviceorientiert



Zukunft. Perspektiven bieten. Nach vorne schauen. Trotz allem optimistisch bleiben. Wirtschaft, Handwerk und Handel in der Region Stuttgart haben in den vergangenen Monaten mit der Corona-Pandemie und ihren Auswirkungen zu kämpfen gehabt. Aber es gibt Lichtblicke.

Die Stimmung in der Wirtschaft schwankt. Da sei einerseits die Enttäuschung über eine fehlende konkrete Perspektive und die damit einhergehende Planungsunsicherheit, sagt Dr. Walter Rogg, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart. Andererseits gebe es aber auch viel Optimismus, den Verlust wieder aufzufangen und nachhaltige Effekte zu mobilisieren.

Angesichts von Abstandsregeln, Kontakt- und Reisebeschränkungen ist Kreativität gefragt, um den Arbeitsalltag zu bewältigen, die Verbindung zu den Kunden aufrechtzuerhalten und trotz allem besten Service zu bieten. Bei der Schuler AG, einem von Göppingen aus weltweit agierenden Unternehmen in Sachen Umformtechnik, hat die Digitalisierung schon lange Einzug gehalten.

Dennoch sagt Geschäftsführer Torsten Petrick: „Die Pandemie und die damit einhergehenden Reisebeschränkungen verleihen unserem virtuellen Service-System zur Fehlerbehebung, Schuler Connect, einen enormen Push.“

Zunächst nur intern eingesetzt, steht dieses nun auch den Kunden zur Verfügung. Zusammen mit der kompletten Bandbreite der digitalen Lösungen des Unternehmens findet es sich in der „Digital Suite“ – einer virtuellen Produktplattform. Dank Schuler Connect können bei einem Störfall Service-Techniker den Kollegen oder den Kunden selbst an der Maschine vor Ort weltweit hel-

fen, einfach vom Computer aus – ohne Reisetätigkeit und Zeitverlust. Über eine Datenbrille, in der die reale und virtuelle Welt verschmelzen, lassen sich die Reparatur-schritte ganz genau zeigen. Die ersten Kunden-Rückmeldungen sind überaus positiv, sagt Petrick und ergänzt, dass es die App auch fürs Handy gibt, „aber mit der Brille haben Sie die Hände frei“.

Lieber heute als morgen würde Daniel Singh seine Kunden wieder real begrüßen, Lokale mit seinem Craft Beer beliefern. Stattdessen ist der Gründer von SinghBräu aus Weilheim an der Teck gerade dabei, die verschiedensten Social-Media-Kanäle für sein Marketing zu entdecken.

Von dem eigenen Online-Versand, der mit der Pandemie an Fahrt aufgenommen habe, erzählt der Diplom-Braumeister, und von der Partnerschaft mit dem 0711-Biersommelier Danilo Paulus. Pandemiebedingt vertreibt dieser aktuell in Stuttgart die Biere mehrerer Kleinbrauereien aus der Region und veranstaltet damit Online-Tastings. Auch Daniel Singh hat inzwischen viel Erfahrung dabei gesammelt, online seine Kunden zu begrüßen, ihnen – auf Wunsch auch in Englisch – Wissen rund ums Bier und die Kunst des Brauens zu vermitteln.

Alle Teilnehmenden der Online-Tastings bekommen vorab die zu verkostenden Biere zugeschickt, Proben von Hopfen und Malz dürfen nicht fehlen. Ob Geburtstagsfeier, Firmenevent oder Junggesellenabschied, das Angebot ist gefragt und wird die Pandemie überdauern. „Die Kundenbera-

tung per Telefon oder auch Mail haben wir ausgebaut“, erzählt Jochen Wied, der Geschäftsführer des Ludwigsburger Hörforum. Richtig zum Laufen kamen im Verlauf der Pandemie die ersten professionell erstellten Videos auf Youtube, die mit Rat und Informationen rund ums Hörgerät aufwarten.

Zum ausgeweiteten Kundenservice zählen auch der Versandservice für Hörgeräteprodukte und das Service-Mobil, das bei den Kunden zum kontaktfreien Check-up der Hörhilfen vorfährt. Nach der Anpassung eines Hörgeräts können nachfolgende Feineinstellungen inzwischen per Fernwartung am Handy vorgenommen werden. „Die Handhabung ist einfach, das schaffen auch Ältere“, weiß der Hörakustik-Meister, bei der Installation der App sei man aber gerne behilflich. Überhaupt sei es in dieser Zeit besonders wichtig, die Kunden zu unterstützen, müsse der Gemeinschaftsgedanke wieder mehr zählen, betont Jochen Wied. Zusammen mit den engagierten Mitarbeitenden hat er sich gar um Impftermine für seine ältere Kundschaft bemüht.

„Mit dem Projekt Indiko sind wir aktuell auf der Suche nach Betrieben, die im Zuge der Herausforderungen durch Covid-19 zu innovativen, digitalen Geschäftsmodellen und Kooperationsansätzen gefunden haben“, sagt Julia Häcker von der Handwerkskammer Region Stuttgart. Auf die Innovationsfähigkeit des Handwerks wolle man damit aufmerksam machen, aber auch das „Lernen voneinander“ anregen und gewerkeübergreifende Kooperationen fördern.

„Viele Betriebe nutzen inzwischen auch neue Möglichkeiten, um mit potenziellen Auszubildenden in Kontakt zu kommen“, weiß Häcker. Für das erste digitale Azubi-Speeddating der baden-württembergischen Handwerkskammern im März liegen schon

viele Anmeldungen aus der Region vor. „Der Strukturwandel, der schon vor der Pandemie im Gange war, wird durch Corona beschleunigt, und die Digitalisierung kommt immer mehr zum Zug“, sagt Walter Rogg. „So wie es zuvor war, wird es nach der Pandemie nicht mehr sein.“ Gemäß der Maxime „build back better“ der Vereinten Nationen sei es angesagt, die Krise zu nutzen, um für folgende Herausforderungen gerüst zu sein. Statt einer Rückkehr zur „Normalität“ werde es ein „new different“ geben, prognostiziert er und verweist dabei exemplarisch auf das Home-

office, das seinen Platz behaupten wird. „Homeoffice“, sagt lachend Frank Karlitschek, Gründer und Inhaber von Nextcloud, „das machen wir schon lange, bevor es cool war.“ Die 60 Mitarbeitenden des Unternehmens, das seinen Sitz in Stuttgart hat, sind auf zwölf Länder verteilt. Mit der Pandemie hat Nextcloud einen Nachfrageboom erlebt. „Besonders das Interesse an Videotelefonie und Webkonferenzen hat zugenommen“, sagt Karlitschek, der sich freuen kann: Im letzten Jahr haben sich die Aufträge wieder einmal verdoppelt – trotz oder gerade wegen Corona. Bei Nextcloud wird Datensicherheit großgeschrieben. „Unsere Software macht ein dezentrales Internet auf den eigenen Servern möglich, es werden keine Daten ins Ausland transferiert“, erklärt Karlitschek.

Wie David gegen Goliath geht er damit in Konkurrenz zu den großen US-Cloud-Anbietern. Seine Kunden, große wie kleine Unternehmen, Behörden im In- und Ausland, wie auch die Bundesregierung, schätzen es, die Hoheit über ihre Daten in jeder Situation zu behalten.

„HOMEOFFICE MACHEN WIR SCHON IMMER“
Julia Alber

ENORMER PUSH FÜR VIRTUELLE SERVICE-SYSTEME

Wir gestalten die ZUKUNFT mit!



ANZEIGE

Oberger
renovieren & gestalten
www.oberger.de

PHYSIOTHERAPIE
**OST
PHYSIO**
HEILPRAKTIKER
www.ostendphysio.de

aktive Stuttgarter
Gemeinschaft der Vereine für Handel,
Handwerk, Gewerbe, Dienstleistungen
und Friseurberufe
www.aktive-stuttgarter.de

stjg
www.jugendhaus.net

Geißler
KENNZEICHNUNGS-
TECHNIK
www.geissler-kennzeichnung.de

PeDiMa Süd
Personalmanagement
www.pedimasued.de

**TÜR
ÖFFNER**
Geben Sie Menschen ein Zuhause!
www.tueroeffner-stuttgart.de

kilian
Fahrradpark-Systeme
www.kilian-rt.de

Home Instead
Seniorenbetreuung
Zuhause umsorgt
www.homeinstead.de

Malteser
...weil Nähe zählt.
www.malteser-stuttgart.de

70 Jahre
**KUNSTHAUS
& GALERIE KEIM**
STUTTGART - BAD CANNSTATT
www.galerie-keim.de

grupp | consulting
Beratung & Coaching
zu unternehmerischen
und beruflichen Themen
www.grupp-consulting.de

**FELLBACHER
Caravanning
Markt**

Urlaubsidylle - Alb
www.urlaubsidylle-alb.de

Banken am Scheideweg?

Ausblick. Finanzwissenschaftler Hans-Peter Burghof von der Uni Hohenheim sieht die deutschen Kreditinstitute in keiner einfachen Lage – und das nicht erst seit der Pandemie.

Schwache Erträge, Börsenkurse im Keller, massiver Stellenabbau – Schlagworte wie diese prägen das Ansehen der deutschen Banken in der Öffentlichkeit. Für Hans-Peter Burghof, Professor für Bankwirtschaft und Finanzdienstleistungen an der Universität Hohenheim, ist das keine Überraschung. „Die deutsche Finanzwirtschaft leidet seit Jahren“, stellt er nüchtern fest. Die Ursache sieht er aber nicht nur bei den betroffenen Banken, die noch immer für eigene Fehler im Vorfeld der Finanzkrise büßen. Hauptgrund ist für Burghof das dauerhaft niedrige Zinsniveau, das dem klassischen Geschäft der Institute erheblichen Schaden zufügt.

Das Ertragsmodell von Banken ist im Grunde einfach: Kunden geben ihr Geld in Form von Einlagen und erhalten dafür Zinsen. Die Banken wiederum verleihen das Geld zu einem höheren Zinssatz. Von der Differenz leben sie. In einer Zeit niedriger Zinsen können sie zwar womöglich viele Kredite vergeben, sie können dafür aber eben keine hohen Zinssätze berechnen.

Besonders schwierig ist die Lage, wenn die Aufwendungen der Banken hoch sind. Durch Personalkosten, aber auch durch Negativzinsen, die sie selbst für ihre eigenen Einlagen bei der Zentralbank zahlen müssen. Das frisst an der Marge. Um über die Runden zu kommen, verlangen immer mehr Banken selbst Zinsen für die Einlagen ihrer Kunden. Dabei müssen sie laut Burghof allerdings sehr vorsichtig vorgehen. „Die Kunden fragen sich, warum sie auch noch zahlen sollen, wenn sie der Bank schon ihr Geld geben.“ Ein Negativzins lasse sich bei Anlegern daher schwer durchsetzen. Schlimmstenfalls könnte so ein Vorgehen

das Vertrauen in die Banken zerstören. „Denkbar, dass Kunden ihre Einlagen auflösen und lieber Bargeld zu Hause lagern.“ So ein Sturm auf die Banken ist aus Krisenstaaten bekannt und kann das Finanzsystem in die Knie zwingen. Deshalb zögern Banken damit, Negativzinsen von ihren Kunden zu verlangen – was sich wiederum auf die Profitabilität auswirkt. Aber warum sind die Leitzinsen der Europäischen Zentralbank so niedrig? Offiziell begründet die EZB das mit der Geldwertstabilität. Eine inoffizielle Rechtfertigung lautet, dass sie durch den günstigen Zugang zu Krediten den verschuldeten Staaten Europas helfen will.

Motiv: Wenn die Zinsen steigen, könnten Länder wie Italien und Griechenland ihre Schulden nicht mehr bedienen und stünden vor der Staatspleite. Burghof bezweifelt, dass niedrige Zinsen das verhindern. „In diesen Ländern gibt es viel mehr strukturelle Probleme. Vor allem die Ineffizienz der Verwaltung erschwert die Erholung.“ Außerdem sollen niedrige Zinsen Unternehmen dazu verführen, mehr zu investieren, was gut für Wachstum und Beschäftigung ist. Burghof will diese Begründung ebenfalls nicht gelten lassen. „Ertragreiche Investitionen sind in Europa bereits finanziert“, sagt er. Würden Unternehmen dazu verleitet, Investitionen zu tätigen, die keinen Ertrag abwerfen, sind niedrige Zinsen wirkungslos.

Zurzeit sei Geld durch die niedrigen Zinsen im Überfluss da. „Dadurch entfällt eine wichtige Aufgabe der Banken – Kredite dahin zu lenken, wo sie der Wirtschaft am besten zugutekommen.“ Stattdessen fließt das Geld in Bereiche der Wirtschaft, wo Blasen entstehen. So wie zum Beispiel auf dem Immobilienmarkt, wo in deutschen Städten die Preise in manchem Jahr zwischen fünf

Viele Banken werden auch nach der Corona-Pandemie geschlossen bleiben, urteilen die Experten.
Foto: Syda Productions – stock.adobe.com



und zehn Prozent anziehen. Die Banken haben wenig davon. Sie kommen nach Ansicht Burghofs auch von einer ganz anderen Seite unter Druck. Stichwort: Regulierung. Nach der Finanzkrise im Jahr 2008 hatte der Staat zahlreiche Vorschriften erlassen, um die Banken besser zu kontrollieren.

Auf diese Weise sollte der Zusammenbruch von Banken verhindert und die Anleger geschützt werden. Für die Banken bedeutet das jedoch viel Aufwand. Beispiel: Zu jeder Aktie, zu jedem Fonds und zu jeder Anleihe muss ein Bankberater den Kunden über Risiken aufklären und da-nach ein sieben- bis neunseitiges Protokoll erstellen. „Wenn sie sich mit dem Direktor einer Sparkasse unterhalten, dann erzählt der ihnen Dinge, die würden jeden Funktionär in der kommunistischen Planwirtschaft erblassen lassen“, sagt Burghof. Kein Wunder: Den kleinen Instituten fehlt oft Fachpersonal, das sich mit Regulierungsthemen auskennt. Selbstverständlich, räumt Burghof ein, seien die Banken auch selbst schuld an ihrer Situ-

ation. Der Verkauf von zweifelhaften Schuldtiteln während der Finanzkrise habe eine wesentliche Rolle gespielt. „Es gab Anreizstrukturen, die systematisch zu Fehlern geführt haben.“

Und natürlich müssten sich die Banken heute angesichts der technologischen Entwicklung neu ordnen. Ein Abbau von Stellen sei überfällig. Im Schatten der Corona-Krise ziehen die Banken diese schwierige Entscheidung durch. Die Commerzbank kündigte zum Beispiel den Abbau von 10 000 Stellen bis 2024 an. Burghof ist sich sicher: „So manche Filiale, die derzeit wegen der Corona-Krise schließen muss, wird nicht mehr öffnen.“

Heimo Fischer

» impressum

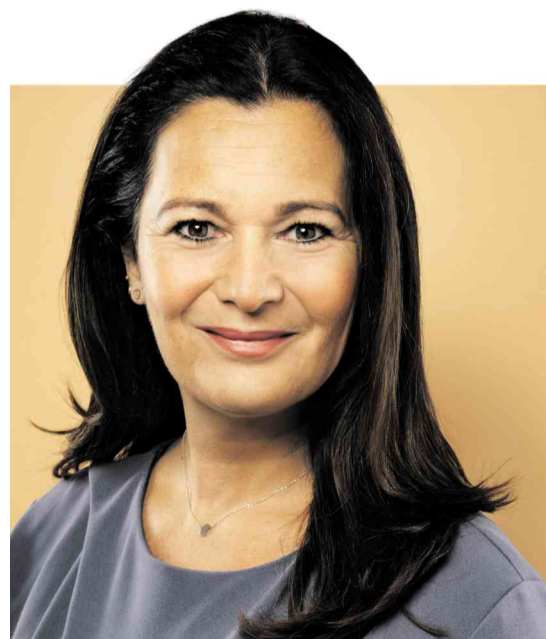
Redaktion: STZW Sonderthemen
R. Abel, I. Dalcolmo
Anzeigen: Malte Busato (verantw.)

ANDERE STELLEN NUR FRAGEN. WIR HABEN DIE ANTWORTEN!

UNSERE ANTWORTEN ZUR LANDTAGSWAHL
WWW.DAS-WICHTIGE-JETZT.DE



**SARAH
SCHLÖSSER**



**KATRIN
STEINHÜLB-
JOOS**



**SASCHA
MESSMER**



**CARSTEN
SINGER**

DAS WICHTIGE JETZT

