

## ZUR SACHE



Dr. René Leicht, Forschungsbereichsleiter am Institut für Mittelstandsforschung, Universität Mannheim, über Ausländer als Existenzgründer

## Ausländer rein

Immer mehr Ausländer in Baden-Württemberg machen sich selbstständig: Die Zahl der Unternehmer ohne deutschen Pass ist seit 1991 um über 70 Prozent und damit viermal so stark gestiegen wie bei den Deutschen. Italiener, Griechen und Türken stellen einen Großteil der über 40 000 selbstständigen Migranten im Ländle, doch längst wird das Waren- und Dienstleistungsangebot und vieles andere durch Asiaten und Osteuropäer ergänzt. Frisch zugewanderte Unternehmer sind dennoch selten: Über die Hälfte lebt bereits über 20 Jahre hier und ist gut integriert. Entgegen manchen Annahmen werden die Betriebe der Ausländer auch weniger von den eigenen Landsleuten, sondern mehrheitlich von deutschen Kunden aufgesucht. Auch wenn die Gründungsaktivitäten von Migranten oftmals aus ökonomischer Not entstehen und nicht wenige mit einer Pleite enden, erfüllen viele eine wichtige Funktion: In Stadtquartieren und Dörfern, wo sich die Tante-Emma-Läden der Übermacht großer Handelsketten beugten, versuchen nun Onkel Ali und andere die Nahversorgung zu erhalten. Ausländische Selbstständige haben durchschnittlich längere Arbeitszeiten als die Deutschen, auch wenn ihre Erträge geringer sind. Ihr Schwerpunkt liegt zwar in der Gastronomie, aber andere Dienstleistungssegmente gewinnen an Bedeutung. Ihr Beitrag für den Arbeitsmarkt wird meist unterschätzt. Sie schaffen nicht nur einen Arbeitsplatz für sich selbst, sondern im Durchschnitt noch jeweils zwei weitere. Insgesamt bilden sie eine ernst zu nehmende Wirtschaftskraft, die trotz Krisen weiter wachsen wird.



Moderator Thomas Pfeiffer (rechts) hilft in Fragen der Unternehmensübergabe weiter.

Foto: Handwerkskammer

## Den richtigen Nachfolger finden

Beratungsangebot der Handwerkskammer Stuttgart

Die Unternehmensgründer der Nachkriegsjahre kommen allmählich ins Rentenalter. So steht in den nächsten Jahren in rund 9000 Handwerksbetrieben der Region Stuttgart ein Generationswechsel an. Im Idealfall findet die Übergabe innerhalb der Familie statt, doch der Trend zeigt: Häufig fehlt den Kindern das Interesse am Unternehmen ihrer Familie. Dann müssen die Inhaber externe Nachfolger finden, und das verleitet sie oft dazu, vorbereitende Maßnahmen für die anstehende Übergabe aufzuschieben, nicht selten sogar zu tabuisieren. Aber Thomas Pfeiffer, Moderator bei der Handwerkskammer Region Stuttgart, gibt zu bedenken: „Einen passenden Nachfolger zu finden, kann eine langwierige Sache sein. Betriebsinhaber sollten sich so früh wie möglich auf die Übergabe vorbereiten, am besten schon Mitte fünfzig.“

Moderatoren wie Thomas Pfeiffer sensibilisieren Betroffene für die Nachfolgethematik und unterstützen sie bei der Suche nach einem geeigneten Übernehmer. Seine Klientel lernt Pfeiffer auf verschiedene Weise kennen: „Innungs- und Informationsabende sind für mich gute Präsentationsplattformen. Oder ich trete mit Unternehmern in Kontakt, die in der bundesweiten Nachfolgebörse ‚next-change‘ inserieren. Aber überwiegend kommen die Inhaber von alleine auf mich zu.“ Pfeiffers Funktion ist in einem Projekt verankert, das vom Euro-

päischen Sozialfonds und aus Mitteln des Landes Baden-Württemberg gefördert wird. Es ist Bestandteil des Zwölf-Punkte-Programms des Landes zur Sicherung der Unternehmensnachfolge. Seit 2004 sind unter Pfeiffers Mitwirkung 27 Betriebsübergaben zu Stande gekommen: „Dabei konnten 112 Arbeitsplätze gesichert werden. Derzeit betreue ich weitere 76 Betriebe mit rund 200 Beschäftigten“, bilanziert er.

„Die Herausforderung der Unternehmensnachfolge liegt darin, den Betrieb zukunftsfähig weiterzuführen, sodass die Arbeitsplätze erhalten werden können“, erklärt Franz Falk, Geschäftsführer der betriebswirtschaftlichen Beratung der Handwerkskammer Region Stuttgart. In einem eingespielten Arbeitsteam sieht er zudem eines der Argumente, die eher für eine Betriebsübernahme als für eine Neugründung sprechen. „Die Vorteile der Nachfolge liegen auf der Hand: ein vorhandener Kundenstamm, Beschäftigte mit viel Know-how und Erfahrung und ein bestehendes Netzwerk aus Banken, Lieferanten und Partnern“, sagt Falk.

Dennoch bedarf die Übernahme sorgfältiger Planung. Zunächst auf Seiten der Übergeber, die der Moderator mit den Voraussetzungen für eine erfolgreiche Nachfolge vertraut macht: „Die Betriebe müssen rentabel wirtschaften, also über eine gute Auftragslage sowie gute Umsätze und Gewinne verfü-

gen und außerdem ein modernes Image verkörpern.“ Darüber hinaus hilft Pfeiffer den Übergebern, sich auf der Suche nach einem Nachfolger attraktiv zu präsentieren. Zum Beispiel mit einem aussagekräftigen Exposé, einem Inserat in der Betriebsbörse „next-change“ oder einem Anschreiben an Meisterschulen.

Auch potenzielle Nachfolger haben viel zu tun. Falk fasst zusammen: „Wer einen Betrieb führen will, braucht betriebswirtschaftliches Know-how und genügend Eigenkapital. Man sollte nicht davor zurückschrecken, ein gewisses Risiko einzugehen und bereit sein, die Beschäftigten zu übernehmen.“ Auch über anfallende Abend- und Wochenendarbeit sollten sich zukünftige Unternehmer im Klaren sein, so Falk.

Ist ein Nachfolger gefunden, koordiniert Pfeiffer weitere Beratungsschritte in der Handwerkskammer. Dort kommen die Betriebswirtschafts- und Rechtsexperten ins Spiel. „Wir bewerten das Unternehmen, beraten auf Kapitalbedarf, Finanzierung und Steuern oder informieren über geeignete Rechtsformen oder Vertragsabschlüsse“, umreißt Falk das Beratungsangebot. Für dieses Jahr stehen bereits zwölf Betriebe aus der Region vor einer erfolgreichen Übergabe.

■ CD-ROM „Übernahme – Der perfekte Start“. Kostenlos erhältlich bei der Handwerkskammer Region Stuttgart ☎ 16 57-0.

## WECHSEL DES INHABERS

## Rechtzeitig planen

Hunderte von Mittelständlern werden in den nächsten Jahren für ihre Betriebe einen Nachfolger suchen, ein komplexer Prozess bei Familienbetrieben. „Spätestens, wenn ein Unternehmer zwischen 50 und 60 Jahre alt ist, sollte er beginnen, intensiv über eine Nachfolgeregelung nachzudenken, denn eine zeitliche Fehlplanung kann zu steuerlichen Nachteilen führen“, sagt Stefanie Jäger-Reinauer, Rechtsanwältin und Steuerberaterin in Steinenbronn.

Es sei vorteilhaft, im Rahmen einer vorweggenommenen Erbfolge Betriebe oder Mitunternehmeranteile unentgeltlich an einen Familienangehörigen zu übertragen, da dieser Vorgang steuerfrei sei. Wichtig ist dabei der zeitliche Ablauf: Häufig gliedern Firmeninhaber im Zuge einer unentgeltlichen Übergabe an Sohn oder Tochter beispielsweise die Immobilien für ihre eigene Altersvorsorge in eine vermögensverwaltende GmbH aus und vermieten sie wiederum an die neuen Firmeninhaber. „Eine Übertragung des Betriebes unter gleichzeitiger Zurückhaltung von Sonderbetriebsvermögen ist steuerneutral jedoch nicht möglich“, warnt Jäger-Reinauer.

„Plant ein Unternehmer diese Konstruktion, muss er das Gebäude frühzeitig aus dem Betriebsvermögen entnehmen“, betont die Steuerjuristin. Stehe die Entnahme des Gebäudes in einem engen zeitlichen und sachlichen Zusammenhang mit der Betriebsübergabe, greife die so genannte Gesamtplanrechtsprechung des Bundesfinanzhofes. Konsequenz sei, dass eine Buchwertfortführung beim zu übergebenden Betrieb nicht mehr möglich sei. Stille Reserven müssten dann aufgedeckt und versteuert werden, so die Rechtsanwältin.

Wolle ein Unternehmer dies vermeiden, müsse er das Gebäude eine gewisse Zeit vor der Unternehmensübergabe entnehmen, damit zwischen beiden Vorgängen kein Zusammenhang bestehe. „In Fachkreisen herrscht weit gehende Einigkeit darüber, dass zwischen Ausgliederung und Unternehmensübergabe ein Abstand von mehr als zwei Jahren eingehalten werden sollte“, so Jäger-Reinauer.

Ein Zeitplan ist noch aus einem anderen Grund wichtig: Banken achten heute viel stärker als früher darauf, ob Unternehmen eine Zukunftsperspektive haben. „Sie sehen es daher gerne, wenn ältere Firmeninhaber eine Strategie für die Unternehmensnachfolge haben“, sagt Jürgen Beerkircher, Generalbevollmächtigter der Volksbank Rems mit Zuständigkeit für das Firmenkundengeschäft. „Wenn die betrieblichen Kennzahlen schlecht sind und der Unternehmer keine Perspektive vorzuweisen hat, kann sich dies negativ auf das Rating auswirken.“ André Schneider

## Hilfe von außen

Datenschutz als Dienstleistung

Kleine und mittlere Unternehmen haben trotz gesetzlicher Pflicht meist nicht die Möglichkeiten, einen Datenschutzbeauftragten aus den eigenen Reihen zu bestellen. Oftmals wäre das auch, wie mit Kanonen auf Spatzen zu schießen. Denn dieser Job ist im Mittelstand an wenigen Tagen im Jahr zu erledigen. Externe Datenschutzbeauftragte sind deshalb wohl die bessere Alternative.

Jedes Unternehmen, das mindestens fünf Mitarbeiter beschäftigt, die mit persönlichen Daten umgehen, muss laut Bundesdatenschutzgesetz einen Datenschutzbeauftragten bestellen. Fachkunde und Zuverlässigkeit sind ein Muss. „Die Zuverlässigkeit ist ein weiches Kriterium, die Fachkunde ein hartes“, sagt Professor Hannes Federrath, Vorstandsvorsitzender des Berufsverbands der Datenschutzbeauftragten Deutschlands und Inhaber des Lehrstuhls „Management der Informationssicherheit“ an der Universität Regensburg.

In Deutschland gebe es keine standardisierten Ausbildungsprogramme und keine einheitlich geregelten Abschlüsse, sagt der Experte. Deshalb könne jeder, der fachkundig und zuverlässig wirke, zum Datenschutzbeauftragten ernannt werden. Komme es allerdings zu Konflikten, stelle sich bald heraus, dass mancher der vorschnell ernannten Datenschützer nicht in der Lage sei, technische und juristische Gegebenheiten zu beurteilen. „Das ist ein großes Problem“, klagt Federrath und empfiehlt eine gründliche Ausbildung oder einen externen Datenschutzbeauftragten.

„Ich habe nur ein kleines Unternehmen mit wenigen Mitarbeitern und kann es mir deshalb nicht leisten, einen davon als Datenschutzbeauftragten abzustellen“, sagt Ingrid Eschli. Der Kaufmann betreibt eine Stellenvermittlung im Internet mit dem Namen JobDL. Mehr als 2000 Bewerber haben sich hier registriert, Unternehmen können auf diese Daten zugreifen. Es handelt sich also um sensible personenbezogene Daten, die einem besonderen Schutz unterliegen. Daher hat Eschli einen externen Datenschutzbeauftragten bestellt: den Freiberufler Markus Franke, der technische Informa-

tik studiert hat und in Ulm unter dem Namen Intalis firmiert.

„JobDL hatte schon einiges an Vorkehrungen getroffen“, urteilt Franke. Weil sich Eschli zunächst nicht sicher gewesen sei, ob er alle Vorschriften erfüllt, beauftragte er Franke mit den Aufgaben. Zunächst war sein Arbeitsaufwand hoch, die Konformität zum Datenschutz herzustellen. „Als das abgeschlossen war, erfolgt inzwischen eine eher sporadische Kontrolle“, so der Freiberufler. Nur wenn sich an der Mitarbeiterstruktur etwas ändert oder andere Software eingesetzt wird, ist sein Rat bei JobDL wieder gefragt.

„Meist sind es kleine und mittlere Unternehmen“, die auf die Dienste von externen Datenschützern zurückgreifen, weiß Roland Schäfer. Der gelernte Jurist und Betriebsinformatiker ist selbst freiberufliche Fachkraft für Datenschutz, zudem stellvertretender Vorsitzender der Deutschen Vereinigung für Datenschutz. Im Berufsverband der Datenschutzbeauftragten Deutschlands leitet er den Arbeitskreis externer Datenschutzbeauftragter.

„Die Unternehmen bekommen jede Menge Sachkunde in einer Person und das eventuell auch für einen Umfang von nur wenigen Tagen im Jahr“, argumentiert er für die Dienste der Freien. „Ein externer Datenschutzbeauftragter kann mit viel Erfahrung und hoher Qualität die Aufgaben in einem sehr begrenzten Zeitraum abarbeiten“, ist Schäfer überzeugt. Als Richtwerte für die Unternehmensgröße meint er, bis 1000 Mitarbeiter sei der externe, ab 2000 der interne Datenschützer die bessere Wahl. Im Gesundheitsbereich liegen seine Empfehlungen mit den Grenzen bei 600 beziehungsweise 1200 Beschäftigten niedriger, da in diesem Bereich die Anforderungen an den Datenschutz höher anzusiedeln seien. Der Tagesatz eines externen Datenschutzbeauftragten liegt zwischen 750 und 1100 Euro.

Eines gibt Schäfer jedoch zu bedenken: Auch wenn das Unternehmen den Datenschutz an einen Dritten auslagert, bleibt es für die Einhaltung der Vorschriften verantwortlich: „Diese Pflicht kann nicht übertragen werden.“ Peter Ilg

**| up-rating | DIE SPIELREGELN DER KAPITALMÄRKTE UND BASEL II VERLANGEN NACH NEUEN STRATEGIEN. STÄRKEN SIE JETZT IHRE EIGENMITTELBASIS: MIT MEZZANINE FÜR DEN MITTELSTAND. | ideen nach vorn |**

COMMERZBANK 

