

Energieversorger an Preisgarantie gebunden

DÜSSELDORF (dpa) - Die Energieversorger bleiben laut Gerichtsbeschluss an ihre Preisgarantien gebunden. Das Düsseldorfer Landgericht untersagte dem Unternehmen ExtraEnergie per einstweiliger Verfügung (Az.: 12 O 247/22) bereits angekündigte Preiserhöhungen.

„Ganz viele Energieversorger sind geneigt, ins Feuer zu greifen, weil die Beschaffungspreise so hoch sind“, sagte Holger Schneidewind von der Verbraucherzentrale NRW am Dienstag. Die rechtliche Lage sei dabei aber ziemlich eindeutig.

Das Landgericht untersagte dem Unternehmen, die gestiegenen Beschaffungskosten für Strom und Gas auf die Kunden umzulegen, wenn die Verträge eine Preisgarantie enthalten. ExtraEnergie müsse weiter zu den vertraglich vereinbarten Preisen liefern. Das sei eine gute Nachricht für Verbraucher und ein deutliches Signal an die gesamte Branche: Preisgarantien dürfen wegen steigender Beschaffungskosten nicht einfach außer Kraft gesetzt werden“, sagte Wolfgang Schuldzinski, Vorstand der Verbraucherzentrale NRW. Das Unternehmen kann gegen die nicht rechtskräftige Entscheidung Widerspruch einlegen.

Schneidewind sagte, sehr viele Energieversorger liebäugelten derzeit mit einem Bruch der Preisgarantie, hätten bislang aber wegen der eindeutigen Gesetzeslage davor zurückgeschreckt. Der Beschluss des Landgerichts Düsseldorf schützt alle Kunden der ExtraEnergie GmbH. Dazu gehören die Marken „prioenergie“ sowie „hitenergie“.

Kurz berichtet

Inflation kratzt wieder an Acht-Prozent-Marke

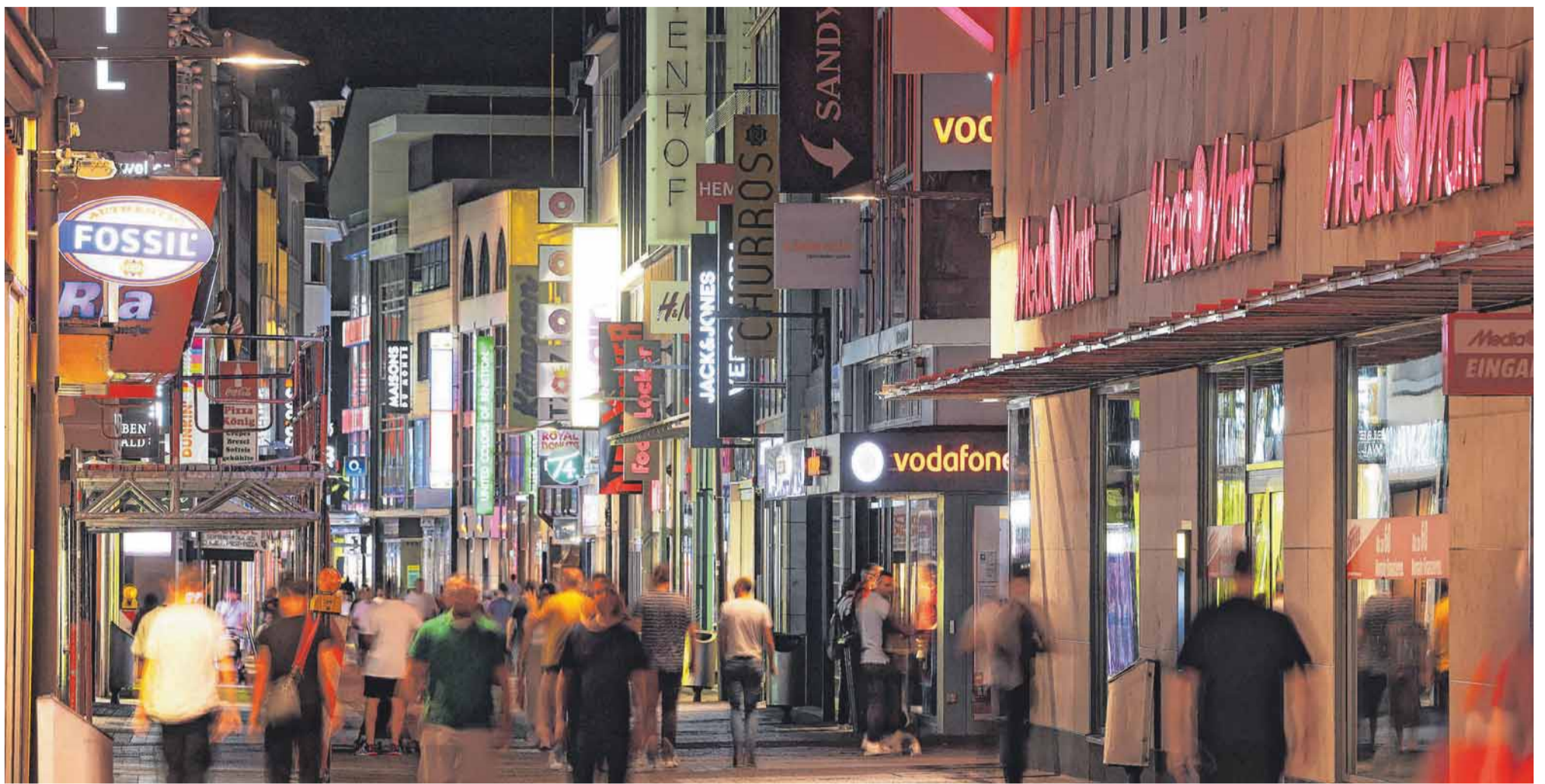
WIESBADEN (dpa) - Die Inflation in Deutschland nähert sich erneut der Acht-Prozent-Marke. Nach zwei Monaten mit rückläufigen Werten zog die Teuerungsrate im August wieder an. Die Verbraucherpreise lagen um 7,9 Prozent über dem Niveau des Vorjahresmonats, wie das Statistische Bundesamt am Dienstag anhand vorläufiger Daten mitteilte. Vor allem steigende Preise für Energie und Lebensmittel sorgten für den Sprung nach oben. Von Juli auf August legten die Verbraucherpreise um 0,3 Prozent zu. Inflationsraten auf dem derzeitigen Niveau gab es im wiedervereinigten Deutschland noch nie. In den alten Bundesländern muss man in der Zeitreihe bis in den Winter 1973/1974 während der Ölkrise zurückgehen, um ähnlich hohe Werte zu finden.

Varta verbucht Erfolg in Patentstreit mit EVE

ELLWANGEN (sz) - In dem Patentstreit zwischen dem Ellwanger Varta-Konzern und dem chinesischen Wettbewerber EVE Energy hat das US-Patentamt zugunsten des deutschen Technologieunternehmens entschieden. Das teilte Varta am Dienstag mit. In dem verhandelten Fall geht es um ein von Varta eingereichtes Patent, das verschiedene Aspekte der erfolgreichen Coinpower-Technologie schützt - Vartas kleine, wiederaufladbare Lithium-Ionen-Zellen. Varta zufolge habe EVE Energy dieses Patent verletzt. Ob Varta den Rechtsstreit gewinnt ist noch offen.

Zahl der Azubi-Verträge im Jahr 2021 leicht gestiegen

WIESBADEN (AFP) - Die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge in Deutschland ist im vergangenen Jahr leicht gestiegen. Mit einem Plus von 0,6 Prozent wurden insgesamt 466 200 neue Ausbildungsverträge geschlossen, wie das Statistische Bundesamt in Wiesbaden am Dienstag mitteilte. Damit blieb der Wert aber auf einem historisch niedrigen Niveau: Vor der Corona-Pandemie lag die Zahl noch neun Prozent höher, 2019 wurden noch mehr als 500 000 Neuverträge unterschrieben.



Leuchtreklamen und beleuchtete Werbetafeln gehören zu Innenstädten. Doch nicht nur hier in Köln, auch in der Region, könnte es bald dunkler werden - wenn es nach den Energiesparplänen der Bundesregierung geht. FOTO: OLIVER BERG/DPA

Der Einzelhandel in der Klemme

In Geschäften soll möglichst viel Energie gespart werden - Doch über Sinn und Unsinn lässt sich streiten

Von Paul Martin

RAVENSBURG - „Aufgrund der massiv steigenden Energiepreise schlägt der Einzelhandel in Baden-Württemberg Alarm“, heißt es in einer aktuellen Warnung des Handelsverbands Baden-Württemberg (HBW). Der Verband hat eine Umfrage unter seinen Mitgliedern gestartet, und das Ergebnis lässt aufhorchen: Um durchschnittlich 138 Prozent sind die Energiekosten laut HBW bei den Einzelhändlern im Südwesten gestiegen. Grund genug, Energie zu sparen hätten die Händler also ohnehin. Doch nun werden sie dazu auch verpflichtet: Am Donnerstag tritt eine entsprechende Bundesverordnung in Kraft, die die Branche zum Energiesparen zwingt - für manchen Händler zur Unzeit.

Laut Handelsverband liegen die aktuellen Gewinne der Branche rund 23 Prozent unter dem Niveau aus dem Vor-Pandemie-Jahr 2019. Für Simon Bittel, Geschäftsführer von zwölf „Amica“-Parfümerien mit rund 100 Mitarbeitern und Sitz in Ravensburg,

ist das nichts Neues. „In den Städten ist die Kundenfrequenz immer noch niedriger als vor der Pandemie.“ Und: „Auch wenn die weniger Leute inzwischen wieder teurer einkaufen“, sagt Bittel, „fehlt uns noch einiges an Umsatz im Vergleich zu 2019.“

Der HBW fordert mittelfristig für den Handel staatliche Unterstützung in Form von Förderprogrammen, beispielsweise für den Bau von eigenen Photovoltaikanlagen, um sich energetisch unabhängig zu machen. Außerdem solle auch bei den aktuellen Entlastungspaketen zur Energiekostendeckung der Handel nicht vergessen werden.

Ihm sei das Energiesparen schon seit Längerem wichtig, betont Parfümerie-Chef Bittel. „Wir haben mit bis zu 30 000 Euro pro Filiale auf LED-Beleuchtung umgestellt, haben in der Zentrale in Oberzell bei Ravensburg unseren eigenen Strom aus der Photovoltaikanlage und teilweise sogar in Mietobjekte mit eigenem Geld Wärmepumpen installiert.“

Trotzdem hält Simon Bittel die Energiesparverordnung des Bundes

„für Quatsch“, wie er sagt. „Der Energieverbrauch in unseren Schaufenstern macht keinen großen Unterschied und wenn an einem Geschäft ein Schaufenster dunkel ist, dann sieht das aus wie geschlossen.“ Die Beleuchtung würde er nur ausschalten, wenn er es müsste, sagt Bittel. Das ist in der aktuellen Verordnung aber noch unklar. Sie gilt ab dem 1. September für die Dauer von sechs Monaten und sieht unter anderem vor, dass Einzelhändler die Türen ihrer Geschäfte geschlossen halten sollen, um Wärmeverluste zu vermeiden, Leuchtreklame ab 22 Uhr unter sagt ist und Denkmäler nicht angestrahlt werden. Eine weitere Verordnung soll ab 1. Oktober folgen.

„Dass wir die Tür zumachen, ist kein Problem - wir haben an vielen Standorten Automatiktüren und im Winter sind sie so eingestell, dass sie sich nicht ganz öffnen“, erklärt Bittel. Doch Einschränkungen bei der Beleuchtung sieht der Einzelhandelsunternehmer kritisch. „Das Logo über einer Filiale beispielsweise fällt bei mir unter die Verordnung.

Das ist eine LED-Beleuchtung mit zwölf bis 24 Watt.“

Der Parfümerie-Geschäftsführer hat ausgerechnet, was er durch das Abschalten im Monat sparen könnte: „Das sind pro Filiale drei bis vier Kilowattstunden, umgerechnet also 90 Cent.“ Ein Witz sei es, die Reklameschilder deswegen abzuschalten. Zumal sie vielerorts mit der Ladenbeleuchtung verbunden seien. „Ich müsste also einen Elektriker kommen lassen, der mir das für über 100 Euro umverkabelt, damit wir 90 Cent Ersparnis an den Filialen in den nächsten paar Monaten haben.“ Deshalb seine Forderung: „Da muss es unbedingt noch eine Bagatellgrenze in der Verordnung geben, damit nur größere Werbeanlagen betroffen sind. Wenn zu uns dafür ein Elektriker fährt, verfährt der mehr Sprit, als wir Energie einsparen können.“

Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Deutschland (HDE), macht auf einen weiteren Aspekt aufmerksam und warnt vor dem kompletten Abschalten aller Ladenbeleuchtungen in den In-

nenstädten, um Energie zu sparen: „Mit der Schaufensterbeleuchtung sorgen wir auch für Sicherheit und soziale Verantwortung in den Städten, vor allen Dingen in den weniger frequentierten Zeitfenstern in der Nacht.“ Das Energiesparen, so Genth, dürfe nicht auf Kosten der Sicherheit gehen.

Insgesamt, sagt Bittel, werde es spannend, wie sich die Geschäfte im zweiten Halbjahr entwickeln. Umsatzverluste in der ersten Jahreshälfte führt er nicht auf die Inflation und ein deswegen vielleicht gehemmtes Kaufverhalten zurück. Im Gegenteil. Seine Branche sehe die Inflation mit Hoffnung: „Mit Ausnahme von Corona war es bei Krisen in der Vergangenheit öfters so, dass die Konsumenten auf den großen Luxus, wie eine Reise oder ein neues Auto verzichtet haben und sich stattdessen den kleinen Luxus, in unserem Fall ein schönes Parfüm, gegönnt haben.“

Offene Fragen also, wie es mit dem Geschäft in den Dürften im Winter weitergeht - und wie dunkel es in den Innenstädten wird.

Aktives Coaching für Mittelständler

Workshops auf dem 5. Bodensee Business Forum stellen Handelspartner China und Herausforderungen im Vertrieb in den Mittelpunkt

RAVENSBURG (sz) - Verknappung von Rohstoffen, Materialien und Transportkapazitäten sowie horrenden Preissprünge: Corona und der Krieg in der Ukraine zeigen, welche fatalen Auswirkungen Abhängigkeiten innerhalb der global vernetzten Wirtschaft haben. Auf dem 5. Bodensee Business Forum (BBF) werden diese Fragen nicht nur diskutiert: Das BBF bietet in seinem Veranstaltungsrahmen ein aktives Coaching für interessierte Mittelständler an.

Das China Netzwerk Baden-Württemberg (CNBW) steht BBF-Gästen zur Verfügung und weist auf die besondere Rolle Chinas hin. Schließlich kommt ein Großteil der Grundstoffe für Pharma, Photovoltaik, Automotive und IT aus dem Reich der Mitte. Die Volksrepublik war 2021 zum sechsten Mal in Folge Deutschlands wichtigster Handelspartner. Im CNBW-Workshop diskutieren Experten: Welche Schlüsse beziehungsweise Konsequenzen ziehen die Unternehmen aus der heiklen Lage? Ist globale Entkoppelung eine Lösung - und zu welchen Kosten? Macht die Optimierung des Shareholder Value künftig noch Sinn? Und welche Rolle spielt die Politik? Bernhard Weber, scheidender Repräsentant des Lan-



Lutz Berners, Christoph Kirsch und Winfried Küppers (von links) diskutieren auf dem BBF über die Rolle Chinas für die deutsche Wirtschaft und welche Vertriebskonzepte angesichts der aktuellen Herausforderungen Erfolg versprechen.



FOTOS: SH

des Baden-Württemberg in China, moderiert den Workshop. Dabei sind Kenner der Region wie Christoph Kirsch, Executive vom Bosch Automotive Board Asia Pacific, und Lutz Berners von Berners Consulting (Stuttgart).

Doch auch fernab der globalisierten Wirtschaft können Mängel in der Struktur kleinerer Betriebe Angestellte demotivieren. Das Start-up „Thank God it's Monday“ hat fünf Maßnahmen definiert, die Unternehmen aus der Krise zu Höchstleistung führen können. „Den Wald vor lauter Bäumen nicht sehen“, genau das kann

BBF Das 5. Bodensee Business Forum (BBF) findet am 20. September 2022 im Graf-Zeppelin-Haus in Friedrichshafen statt. „Vernetzen statt verzweifeln: Impulse für Wege aus den Krisen“ ist der Leitgedanke der diesjährigen Veranstaltung. Informationen und Tickets auf [schwabische.de/bbf](https://www.schwabische.de/bbf)

in Krisenzeiten auch in der Führung passieren. Eigentlich Augenscheinliches wird vom Bewusstsein nicht erfasst und führt zu starken Störungen im betrieblichen Verhältnis. Mit dem Workshop will das Start-up die Perspektive wechseln, um die Rolle der Führung neu zu begreifen. Der aus der Serie SOKO Leipzig bekannte Schauspieler Johannes Lange will mit den BBF-Gästen über Grundsätzliches reden. „Zuviel ist in letzter Zeit ins Wanken geraten“, sagt Lange und will mit den Besuchern darüber sprechen. Dass werde Offline und ergebnisoffen, mit Argumen-

ten, Herleitungen und Begründungen, mit Respekt statt herablassender Toleranz und grundsätzlich nicht moralisierend geschehen. Von Mensch zu Mensch in ganz realen Räumen. In Schutzräumen für Grundsatzfragen, in denen Sie sich auf ungewohntes Gebiet hinauswagen können, spielerisch und gefasst auf Überraschungen. „Respektraum“ nennt sich dieser Workshop, der zwei Mal auf dem diesjährigen BBF ausgerichtet wird.

Für Vertriebler ist der Workshop „Vertriebserfolg unter dem neuen Normal“ gedacht. Winfried Küppers, leitender Vertriebsanalyst, Buchautor und Keynote-Speaker vom Unternehmensverbund Steinbeis zeigt in diesem Workshop, wie das neue Normal aussehen könnte, ab wann damit gerechnet wird und was das für Ihre Vertriebsaktivitäten bedeutet. Mit viel Humor und praktischen Beispielen zeigt Küppers, wie sich Vertrieb gerade neu definiert und welche Chancen entstehen. Wer möchte, kann sich auf dem BBF seinen Vertrieb analysieren lassen. Steinbeis hat in Küppers Fachbereich in den vergangenen Jahren Tausende von Vertriebskonzepten analysiert und zehntausende von Interviews geführt.