KURZ NOTIERT

Inside-Gruppe Aachen ist „Anbieter des Jahres“

Aachen. Die Aachener Inside Unternehmensgruppe ist auf der Fachmesse Learntec in Karlsruhe als „Anbieter des Jahres“ in der Kategorie „Mobile Learning“ ausgezeichnet worden. Grundlage für die Wahl war eine Befragung von insgesamt 176 Unternehmen, in der diese ihre E-Learning-Dienstleister bewerten sollten. Dabei ging es um acht Kriterien. Dazu gehören die konzeptionelle und technologische Qualität, die Qualität des Projektmanagements und Services, die Beratungskompetenz, das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Kundenorientierung sowie die Zuverlässigkeit des Mobile-Learning-Anbieters. (red)

ADAC **kontrolliert** VW bei Umrüstung

München. In den Skandal um manipulierte Abgas-Werte bei VW-Dieselfahrzeugen schaltet sich nun auch der ADAC aktiv ein. Nach der vom Kraftfahrt-Bundesamt angeordneten Rückrufaktion will Deutschlands größter Autoclub die angekündigten technischen Anpassungen genau unter die Lupe nehmen. Von Februar an könnten ADAC-Mitglieder ihre betroffenen Fahrzeuge zu Vorher-/Nachher-Messungen anmelden, teilte der ADAC am Sonntag in München mit. Dabei geht es vor allem um mögliche nachteilige Auswirkungen auf Spritverbrauch und Motorleistung. Die Untersuchung wird pro Fahrzeug bis zu drei Wochen dauern. Der Autoclub stellt den Besitzern einen Ersatzwagen zur Verfügung. Aus den Anmeldungen sollen in einer ersten Testphase maximal zehn Fahrzeuge ausgewählt werden.

Lambertz steht im Weltmarktführer-Index

Aachen. Die Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG wird im neuen Weltmarktführerindex der Akademie Deutscher Weltmarktführer und der Universität St. Gallen in der Branche Lebensmittel als Weltmarktführer 2016 geführt. In dieser Branche wurden lediglich vier Unternehmen ausgezeichnet. Lambertz gilt demnach als Weltmarktführer im Bereich Herbst-/Weihnachtsgebäck.

Aida Cruises sagt **Türkei-Routen** ab

Rostock. Die Kreuzfahrtreederei Aida Cruises hat die für Sommer geplanten Fahrten mit Zielen in der Türkei abgesagt. Nach den jüngsten Anschlägen in Istanbul hätten zahlreiche Gäste den Wunsch geäußert, ihre Reise auf eine andere Urlaubsregion umzubuchen, teilte das Unternehmen in Rostock mit. Für die Kunden seien Umbuchungen kostenlos, Stornierungen allerdings nicht möglich.

Ratenkredite

Zinssätze in % p.a. eff. (10.000 Euro)

Anbieter	Laufzeit in Monaten 12	24
Bank of Scotland[1]		4,15*
Bank11 direkt[1]	3,99	4,44
Comdirect[1]	4,44	4,44
Consorsbank[1]	4,60*	4,60*
Degussa Bank[1]	4,60	4,60
Deutsche Bank[1]	4,79*	4,79*
DKB Deutsche Kreditbank[1]	4,19	4,19
ING-DiBa[1]	3,99	3,99
Netbank[1]	3,54	4,14
Norisbank[1]	4,90*	4,90*
Oyak Anker Bank[1]	3,69	3,69
Postbank[1]	4,36*	4,36*
PSD Bank Köln	3,99	3,99
SKG Bank[1]	3,98	3,98
Sparda-Bank West	4,58*	4,58*

*bonitätsabhängig; Bsp. 10.000 Euro; [1]) online-Kond.

Trend: → stagnierend

Weitere aktuelle Informationen unter:
http://vergleichen.az-web.de
http://vergleichen.an-online.de
Quelle: **biallo.de** Stand: 29.01.2016

KONTAKT

Wirtschafts-Redaktion:
(montags bis freitags, 10 bis 18 Uhr)
Tel.: 0241/5101-395
Fax: 0241/5101-360
wirtschaft@zeitungsverlag-aachen.de

Die Kinder lieben es, die Eltern kaufen es

Lizenzspielwaren: Kommt ein neuer Film ins Kino, stehen die passenden Produkte zu den Titelhelden schon längst in den Regalen.

VON TERESA TROPF

Plüschtiere und Knetsand: Figuren aus beliebten Filmen wie „Frozen“ oder „Star Wars“ versprechen den Spielwarenherstellern meist ein gutes Geschäft – wenn sie die entsprechende Lizenz erwerben. Fotos: dpa

Nürnberg. Die Kinder lieben sie, die Eltern kaufen sie: Ob Disney-Eiskönigin, die Minions, Klassiker wie Biene Maja oder die Maus, der Playmobil-Porsche oder der Mercedes-Lego-Truck – zu angesagten Kinohelden oder Marken gibt es mittlerweile alles nur Erdenkliche auf dem Spielwarenmarkt. Lizenzspielzeug ist aus der Branche nicht mehr wegzudenken und trägt immer mehr zum Gesamtumsatz bei. Auch auf der Spielwarenmesse in Nürnberg, die heute zu Ende geht, war zu sehen: Fast kein Hersteller mehr kommt ohne Lizenzspielwaren aus.

„Lizenzartikel standen 2015 für gut 450 Millionen Euro Umsatz im Facheinzelhandel für Spielwaren“, sagt Willy Fischel vom Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels (BVS). Mit rund 50 Millionen Euro haben Lizenzen für Star Wars im vergangenen Jahr mit weitem Abstand am meisten Umsatz gebracht. Für 2016 haben sich die Spielwarenhersteller die Rechte schon längst gesichert – mit der Hoffnung, den richtigen Riecher bewiesen zu haben.

> „Lizenzartikel standen 2015 für gut 450 Millionen Euro Umsatz im Facheinzelhandel für Spielwaren.“
> **WILLY FISCHEL, BUNDESVERBAND DES SPIELWAREN-EINZELHANDELS**

Werner Lenzner ist beim Fürther Spielwarenhersteller Simba Dickie für die Lizenzen zuständig – und muss immer nahe an den neuen Trends auf dem Schulhof sein, um aus der Vielfalt die Schätze herauszusuchen. Mit einem rund zehnköpfigen Team analysiert er potenzielle Themen schon gut zwei Jahre bevor sie ins Kino kommen. Passt der Kinoheld zur Zielgruppe? Welche Art von Produkten kann man mit der Lizenz machen? Was passt zum Thema? Letztlich gehöre für den richtigen Griff immer auch eine Portion Glück dazu. „Ganz sicher kann man nie sein, ob das Thema bei Kindern auch ankommt“, urteilt der Marketingexperte. „Es gibt Themen, die sind im Fernsehen ein großer Run, aber die Produkte laufen nicht.“

Etwa die Hälfte des Branchenwachstums im vergangenen Jahr in Deutschland sei auf Lizenzen zurückzuführen, schätzt Ravensburger-Vorstandschef Karsten Schmidt. Momentan gebe es eindeutig einen Lizenz-Boom. „Es kann aber genauso auch wieder runter gehen“, betont Schmidt. In der Regel halte sich eine Lizenz zwei, drei Jahre – dann gehe sie wieder unter.

Im schnelllebigen Lizenzgeschäft zählt deshalb vor allem Timing. Zu spät oder zu früh bei einer Lizenz einzusteigen, kostet wichtige Umsätze. Gerade wegen der steigenden Zahl von Themen wird es immer kniffliger, den richtigen Regalplatz im Handel zu finden. Kinder hätten trotz der Produktschwemme weiterhin nur eine begrenzte Zahl an Lieblingsthemen.

Warum das Wagnis also trotzdem eingehen? Die Spielwarenindustrie hätte auf einem relativ gesättigten Markt ohne Lizenzen definitiv ein Problem, meint Lenzner. „Die Trends unterstützen die Spielwarenbranche wirklich. Als Spielwarenhersteller kann man die Produkte gar nicht ständig bewerben“, sagt er. Ein hoher Bekanntheitsgrad durchs Kino, topvermarktet über die unterschiedlichsten Kanäle vom Discounter bis zum Spezialregal im Fachhandel, sorge für zusätzliche Margen und Umsätze. So bleibe mehr Geld für die teure Entwicklung von Spielzeug-Neuheiten. Ulrich Brobeil, Geschäftsführer des Deutschen Verbands der Spielwaren-Industrie (DVSI), hält die Lizenzen dagegen nicht für essenziell: „Das ist ein schöner Mosaikstein im Geschäft. Wir haben aber auch viele Produkte ohne Lizenzen, die auch sehr gut funktionieren“, meint er.

Bei Simba Dickie macht das Lizenzgeschäft rund ein Fünftel des Gesamtumsatzes aus. Derzeit hat der fränkische Spielwarenhersteller rund 20 Lizenzen im Portfolio - teils nur für den nationalen Markt, teils mit internationaler Zielgruppe. Meist teilen sich die verschiedenen Hersteller eine Lizenz: Der eine darf Plüschfiguren vertreiben, der andere sichert sich das Sandspielzeug, der nächste Kleidung und Kostüme.

Besonders viel Geld müssen die Hersteller für die sogenannte MasterToy-Lizenz hinblättern – dann darf ein Produkt exklusiv über alle Produktgruppen hinweg vermarktet werden. Die Kosten für die Rechte variieren stark, Zahlen dazu nennt niemand. „Die Branche hat sich stark professionalisiert“, meint Lenzner. „Die Hersteller bemühen sich mehr um Lizenzen als in der Vergangenheit. Der Bereich wurde als großes Potenzial jetzt auch in Deutschland entdeckt.“

Im europäischen Vergleich sei der Lizenzmarkt in Deutschland aber noch ausbaufähig, sagen Experten. In anderen Ländern werde bereits mehr als ein Drittel des Umsatzes mit Lizenzen gemacht. Dass die Deutschen zurückhaltender sind, liegt laut Lenzner auch daran, dass der Fernsehkonsum bei Kindern hierzulande im Schnitt geringer sei als anderswo. Auch die Werbung sei reglementiert. „Gerade der für Kinder wichtige Sender Kika ist werbungsfrei“, betont Lenzner.

„Außerdem kaufen die deutschen Konsumenten vielleicht weniger spontan, sondern sehr überlegt ein, schauen auf den Preis und haben in aller Regel hohe Ansprüche an Lebensdauer und Qualität der Produkte“, meint BVS-Mann Fischel. In Deutschland müsse eine Lizenz eine gewisse Nachhaltigkeit mitbringen. Und auch Verbandsmann Brobeil betont: „Wir springen nicht auf jeden Trend und jede Lizenz auf.“

DER STEUERRATGEBER

Ab 2017 ist der neue Standard für elektronische Kassensysteme Pflicht

Von Egbert Dahley
Steuerberater in Würselen

Das Jahr 2016 hat zwar gerade erst begonnen, aber wir stellen immer wieder fest, dass es doch schneller als gedacht schon wieder vorbei sein wird. Termine, die zunächst in weiter Ferne liegen, rücken unaufhaltsam näher und sind urplötzlich „überraschend“ da. Deshalb will ich heute bereits auf eine wichtige Änderung im Bargeldgeschäft aufmerksam machen, die ab 1. Januar 2017 greifen wird: die vielleicht unvermeidliche Umstellung der betrieblichen Registrierkasse.

Nach den Vorschriften der Abgabenordnung können die Geschäftsbücher und die sonstigen damit verbundenen erforderlichen Aufzeichnungen auf Datenträgern geführt werden. Soweit dies geschieht, sind zwingend die Grundsätze zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff zu beachten. Bei der Führung der Bücher und der sonst erforderlichen Aufzeichnungen auf Datenträgern muss insbesondere sichergestellt sein, dass während der Dauer der Aufbewahrungsfrist die Daten jederzeit verfügbar sind und unverzüglich lesbar gemacht werden können.

Werden also entsprechende Datenverarbeitungssysteme eingesetzt, hat die Finanzbehörde im Rahmen von Außenprüfungen das Recht, Einsicht in die gespeicherten Daten zu nehmen. Dies geschieht entweder durch direkten Zugriff in das Datenverarbeitungssystem oder außerhalb dieses Systems durch Zugriff auf die Daten, die durch einen maschinell auswertbaren Datenträger zur Verfügung zu stellen sind.

Schließlich kann die Finanzverwaltung auch verlangen, dass die Daten nach ihren Vorgaben maschinell vom Steuerpflichtigen ausgewertet und zur Verfügung gestellt werden. Egal, in welcher Form der prüfende Zugriff erfolgt, ist die Vollständigkeit und die Unversehrtheit der Daten Grundvoraussetzung und sicherzustellen.

Auch Registrier- und PC-Kassensysteme haben diese bereits jetzt schon gesetzlich vorgeschriebenen Anforderungen zu erfüllen. Die Finanzverwaltung hat für den Einsatz von nicht entsprechend ausgerüsteten Systemen in diesem Bereich eine großzügige Übergangsfrist geschaffen. Soweit ein Gerät bauartbedingt den gesetzlichen Anforderungen nicht oder nur teilweise genügt, wurde und wird es nicht beanstandet, wenn der Steuerpflichtige dieses Gerät längstens bis Ende 2016 in seinem Betrieb weiterhin einsetzt. Daraus folgt, dass zwingend ab dem 1. Januar 2017 die neuen Vorgaben für elektronische Kassensysteme zu beachten sind. Der Einsatz von Kassensystemen, die technisch nicht mit Softwareanpassungen und Speichererweiterungen aufgerüstet werden können, ist ab dem genannten Datum nicht mehr gestattet.

Ob ein eingesetztes Kassensystem die geforderten Möglichkeiten bietet, sollte deshalb dringend mit dem Kassenaufsteller geklärt werden. Elektronische Registrierkassen ausschließlich mit Drucklaufwerken und Registrierkassen ohne Schnittstellenfunktion haben dann endgültig ausgedient. Es ist nicht nur damit zu rechnen, sondern sicher, dass bei Betriebsprüfungen die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben genauestens geprüft wird.

Übrigens: Unverändert und weiterhin eingesetzt werden dürfen offene Ladenkassen. Das Bundesfinanzministerium hat zuletzt mit Schreiben vom 19. Dezember 2014 (Az. IV A 4 - S 316/13/10005 :003) darauf hingewiesen. Eine Rückkehr zu dieser Art der Kassenführung ist zwar denkbar, aber grundsätzlich nicht zu empfehlen. Der Kaufmann möchte ja schließlich auch selber prüfbare Auswertungen zur Unterstützung seiner unternehmerischen Entscheidungen nutzen.

▶ **wirtschaft@zeitungsverlag-aachen.de**