



Auf der Suche: Handwerksmeister Johannes Mosler findet für seinen Restaurationsbetriebs keinen Nachfolger.

Fotos Frank Röth

Meister fallen nicht vom Himmel

Johannes Mosler ist ein Handwerksmeister, wie er im Buche steht, kommunikativ und engagiert. Sein Spezialgebiet ist die Reparatur und die Neuanfertigung alter Holzfenster. So hat der fünfundsechzigjährige Tischler einst mitgeholfen, das UNESCO-Weltkulturerbe der Abtei St. Hildegard in Rudesheim oder der Burg Rheinstein in Trechtingshausen zu bewahren. Siebenmal wurde er mit dem Hessischen Denkmalschutzpreis und zweimal mit der Goldmedaille für herausragende Leistungen in der europäischen Denkmalpflege ausgezeichnet.

Doch wie es weitergeht, ist ungewiss. Schon seit zehn Jahren versucht Mosler, seinen Restaurationsbetrieb in Hadamar-Oberzeuzheim in jüngere Hände zu übergeben – bislang vergeblich. Im vergangenen September stellte er deshalb einen Antrag, die GmbH aufzulösen. Mosler hofft weiterhin darauf, diesen Antrag zurücknehmen zu können, „falls ein Nachfolger vom Himmel fallen sollte“. Doch danach sieht es derzeit nicht aus.

Die Nachfragefrage ist für das Handwerk wirtschaftlich vielleicht noch bedrohlicher als die Pandemie. Eine Sonderumfrage der Hessischen Handwerkskammern hat im Herbst 2020 ergeben, dass fast ein Viertel der Betriebsinhaber 61 Jahre oder älter ist. Die Zahl derjenigen, die ihr Unternehmen in den nächsten fünf Jahren an einen Nachfolger übergeben wollen, stieg im Vergleich zum Jahr 2015 von 18 auf 29 Prozent. „Die Faustregel lautet, dass auf 100 übernehmbare Jungunternehmer circa 200 nachfolgesuchende Unternehmen kommen“, berichtet Mosler.

Der demografische Wandel verschärft die Not, da sich in den nächsten Jahren die starken Babyboomer-Jahrgänge in den Ruhestand verabschieden. Für Betriebsinhaber, die auf das Pensionsalter zusteuern, gestaltet sich die Suche nach potenziellen Nachfolgern immer schwerer, weil die Zahl an Auszubildenden und Jungmeistern nach Angaben der Kammer seit vielen Jahren kontinuierlich sinkt. Gleichzeitig scheidet die traditionelle Nachfolgeregelung häufig daran, dass der Familiennachwuchs fehlt oder sich beruflich anders orientiert. Mosler kann ein Lied davon singen: Seine beiden Töchter seien zwar „handwerklich alles andere als unbegabt“ und hätten durchaus „das Zeug“ zur Restauratorin. Doch die eine ist inzwischen Polizistin, die andere arbeitet bei einer Bank. Beide sind mit Polizeibeamten verheiratet. „Das gibt eher eine Polizeistation als ein Restaurierungsgewerbe“, meint der Vater mit einer Prise Galgenhumor. Der bedingungslose Einsatz im Betrieb sei für die aktuelle Nachfolgegeneration längst nicht mehr selbstverständlich.

Doch mit jeder fehlgeschlagenen Übergabe gehen Erfahrungen und Arbeitsplätze verloren. „Altes Wissen ist unwiederbringlich weg, wenn es vor dem Ableben nicht weitergegeben wird“, sagt Mosler mit ernster Miene. Umso schwieriger werde es dann für diejenigen, die das Handwerk neu lernen wollten. Für die Denkmalpflege befürchtet er eine besonders große Wissenslücke. Um alte Fenster neu herzurichten, wird beispielsweise traditionell hergestellte Leinölfar-

IDSTEIN/HADAMAR Hunderte Handwerksbetriebe suchen in den nächsten Jahren nach Nachfolgern. Doch ein reibungsloser Übergang gelingt nicht jedem, wie das Beispiel von zwei Betrieben aus der Region zeigt.

Von Nicolas Schoch

be verwendet. Doch darüber lernten die angehenden Malermeister so gut wie nichts in Berufsfachschulen, weshalb Mosler dort gezielt auch Seminare hält. Das Wissen um nachhaltiges, ökologisches und denkmalgerechtes Vorgehen bei der Pflege historischer Fenster und anderer Holzkonstruktionen im Außenbereich weiterzugeben ist ihm eine Herzensangelegenheit. „Autolackieren ist cool, alte Fenster hingegen nicht“, berichtet er von seinen Erfahrungen. Doch wenn von 20 Schülern nur einer Interesse an den traditionellen Techniken und Mitteln zeige, habe sich sein Engagement schon gelohnt.

Von zentraler Bedeutung für die Zukunft des hessischen Handwerks sind daher die Beratungs- und Fortbildungsangebote der verschiedenen Organisationen. Die Beratungsstelle für Handwerk und Denkmalpflege in Kassel etwa bietet Interessierten eine Fortbildung zum Thema Restauration an. „Nachwuchs- und Mitarbeiterfindung ist über alle Handwerksbetriebe hinweg ein akutes Problem“, bestätigt Leiter Gerwin Stein. Er hat allerdings auch herausgefunden, dass sich die Denkmalpflege als eine „besondere und sehr anspruchsvolle“ Nische offenbar leichter tut, Auszubildende zu finden. Vermutlich sei das darauf zurückzuführen, dass bei jenen jungen Menschen, die sich fürs Handwerk entscheiden, ein besonderes Inte-

resse besteht, ihre Ausbildung in einem traditionell arbeitenden Betrieb zu absolvieren. Ein punktueller Nachfragen bei Betrieben und auch bei Auszubildenden habe diese Einschätzung bestätigt. „Die Denkmalpflege kommt mit relativ wenig Maschineneinsatz aus, es zählt das spezielle Know-how“, so Stein. Er fügt aber hinzu: „Der Schritt in die Selbständigkeit ist nicht jedermanns Sache. Man muss die Strukturen kennen und braucht die Unterstützung durch den vorherigen Chef über einen längeren Zeitraum. Dann kann das klappen.“

Eine Musterlösung hat Klaus Kloppenburg gefunden. Nach genau 40 Jahren Tätigkeit übergab er sein Augenoptik-Geschäft in Idstein zu Jahresbeginn an seine beiden langjährigen Mitarbeiter Anka Mager und Collin Bergander. „Das ist schon ein großes Glück“, findet Kloppenburg. Denn grundsätzlich gebe es in seinem Metier immer drei Szenarien bei einer Betriebsübergabe: „Entweder man hat genug Geld verdient, und die Tür wird abgeschlossen, oder man verkauft an eine große Kette.“ Ein entsprechendes Angebot gab es zwar, doch Kloppenburg entschied sich für den dritten Weg: eine traditionelle Übergabe. „Das ist viel besser, als es anonym abzugeben, so bleibt es familiär“, sagt der Sechundschießjährige, der sichtlich froh ist, dass die ehemaligen Mitarbeiter das Geschäft in seinem Sinne weiterführen. Letztlich sei ihm die-

ser Schritt überhaupt nicht schmerzhaft. „Denn ich wusste, ich gebe es in Hände ab, die ich selber ausgebildet habe und die jahrelang am Erfolg der Firma beteiligt waren.“

Die beiden Nachfolger waren lange in die Entscheidungsfindung involviert. „Das war alles von langer Hand geplant“, erzählt Augenoptikermeister Bergander. Am schwersten seien die administrativen Aufgaben bei der Übergabe gewesen. „Unser Alltagsgeschäft beherrschen wir, aber wie ist die Formulierung für den Gesellschaftsvertrag richtig? Das waren die Sachen, die uns am meisten Kopfzerbrechen bereitet haben.“ Bergander wie auch Kloppenburg heben die „sehr gute Beratung“ durch die Handwerkskammer hervor. „Dadurch hat alles reibungslos funktioniert.“

So ist die Zukunft der Augenoptik Kloppenburg zumindest für die nächsten Jahrzehnte gesichert. „Darüber sind wir ebenso froh wie unsere Kunden“, sagt Bergander: „Denn wir sind durchaus eine Institution in der Stadt und stehen für Service und Qualität.“ Neun Mitarbeiter werden derzeit beschäftigt, doch die Zeichen stehen auf Aufbruch. Zwei neue Kräfte werden für eine langfristige Zusammenarbeit gesucht, denn die Idsteiner Augenoptiker wollen ins sogenannte Myopie-Management einsteigen. Das Ziel: die Kurzsichtigkeit bei Kindern zu verlangsamen.

Der einstige Gründer hat indes seinen Weg gefunden, um loszulassen – und sich doch noch ein wenig um das Geschäft zu kümmern. „Sein Baby wollte er nicht ganz allein lassen“, meint Bergander schmunzelnd. So ist Kloppenburg weiterhin als Berater aktiv und an zwei Tagen in der Woche für die alteingesessenen Stammkunden im Geschäft. Die Kunden seien sehr treu und wollten gerne vom alten Chef beraten werden, viele haben auch dessen private Telefonnummer. „Es fällt mir nun leichter loszulassen, weil ich meine alten Kontakte weiter pflegen kann“, sagt Kloppenburg und spricht von einer „Win-win-Situation“. Zumindest zwei oder drei Jahre will er seine Nachfolger weiter begleiten. Denn: „Nur Golf spielen und Wein trinken, das geht ja auch nicht.“

Den Ruhestand noch lange aufzuschieben, daran ist Tischler Johannes Mosler nicht interessiert. „Außer, wenn es vielleicht noch einen lukrativen Auftrag gibt.“ Doch er hat immerhin eine Alternative zur Schließung parat. Zwei Mitarbeitern, die allerdings auch schon 60 Jahre alt seien, wolle er anbieten, eine Abteilung der GmbH zu übernehmen. „Für Kleinstaufträge und Fenster-service braucht es keine GmbH“, so Mosler. Im Prinzip sei das eine Formsache. Er will nicht, dass seine sechs Mitarbeiter auf der Straße und die Kunden im Regen stehen. Das Handwerk werde dann langsam auslaufen. Mit einem kleinen Team und „auf Sparflamme“ möchte sich Mosler weiterhin seiner Kernkompetenz, der Restaurationsberatung, widmen. „Ich werde im Unruhestand bleiben und Hilfe zur Selbsthilfe geben“, blickt Mosler voraus. Doch es bleibt der Wunsch nach jemandem, der nach alter Tradition „das Feuer weiterträgt, anstatt die Asche zu hüten“. Noch hat er die Hoffnung nicht aufgegeben.

Rückzug aus Fernost brachte die Wende

RODENBACH Die Accessoires der Marke H.A.D. werden fast ausschließlich in Hessen gefertigt

Unternehmer stöhnen landauf und landab, weil Lieferketten schon länger nicht mehr wie gewohnt funktionieren. Kein Verlass auf Zulieferer, kein Nachschub für die Produktion, schon gar nicht für das Lager. Wohl dem, der ausschließlich in Deutschland produzieren kann. So wie die Marke H.A.D., kurz für Headwear Athlete & Artists Design, die für Accessoires für Sportler steht und deren Kollektion von dem Unternehmen Pro Feet Functional Wear GmbH nicht nur ausschließlich in Deutschland produziert wird, sondern zu 90 Prozent in Rodenbach bei Hanau.

„Unsere Mission ist Made in Germany“, sagt Sebastian Reuthal, Geschäftsführer des Unternehmens. Diese Treue zum deutschen Standort sei zum einen dem Anspruch geschuldet, den ökologischen Fußabdruck möglichst klein zu halten, zum anderen sei sie aber auch aus schlechten Erfahrungen in der Vergangenheit erwachsen. Denn Mitte 2009 war das 1999 gegründete Unternehmen erst einmal den umgekehrten Weg gegangen und hatte die Produktion nach Fernost verlegt. In den Jahren danach aber sanken die Umsätze, und schließlich habe der damalige Geschäftsführer entschieden, die Produktion wieder nach Deutschland zu holen, erzählt Reuthal. „Damals wurden eigens alte Maschinen von der Schwäbischen Alb gekauft.“ Die sind noch heute im Einsatz, am Multifunktionsstuhl wird genäht, gestickt und bedruckt. Wobei seit einigen Jahren nur noch ökozertifizierte Stoffe verwendet werden.

Das Hauptprodukt unter der Marke H.A.D. ist für die einen Alltagsaccessoire, für die anderen Ergänzung zum Trainingsoutfit: Sogenannte Tubes, mehr oder weniger dünne Schlauchschals, die als Schal, als Mütze, Stirnband, Mund- oder Sonnenschutz getragen werden können. Sie sind gerade in der kalten Jahreszeit für viele Sportarten, die im Freien stattfinden, gefragt.

Auf rund 2000 Quadratmetern beschäftigt das Unternehmen 38 Mitarbeiter, fast alle in Vollzeit. Weitere 23 Beschäftigte arbeiten in Rödermark als Lohnkonfektionäre. Neben den Multifunktionsstüchern bietet Pro Feet Stirnbänder, Beanie genannte Mützen oder Sturmhauben an. Auch Baseball-caps gehören zur Produktpalette, damit sei man der erste deutsche Produzent überhaupt, heißt es aus Rodenbach. Die übergroße Mehrheit der beliebten Kappen wird in Asien gefertigt. „Sie verlangen uns ganz schön viel technisches Wissen ab, das in Deutschland

erst aufgebaut werden muss“, sagt Reuthal. Deswegen ist der gelernte Produktentwickler fast täglich in Rödermark, um Schnitte, Details, Passformen für die Serienproduktion zu optimieren. Das verwendete wärmende Funktionsmaterial sei vor allem für Wintersportler wie Tourengeher, Bergsteiger, Skifahrer und Snowboarder gedacht.

Am Anfang gab es weder Schal noch Mütze. „Wir kommen von der Socke“, sagt Reuthal. Funktionssocken und Funktionsunterwäsche haben die Hessen weiter im Angebot, den weitaus größten Teil ihres Umsatzes machen sie inzwischen mit Kopfbedeckungen. Sie werden weltweit in 30 Ländern verkauft. „Wir liefern nach Südamerika, nach Japan, Skandinavien ist ein großer Markt und seit Neuestem auch Australien“, so Reuthal. In Deutschland beliefern die Hessen nach eigenen Angaben auch sämtliche Fußball-Bundesligavereine. Filialisten wie Inter-sport und Sport 2000 führen ihre Marke, ebenso kleinere Einzelhändler.

Das Unternehmen erzielte zuletzt einen Jahresumsatz von 3,7 Millionen Euro. Davon gingen knapp 70 Prozent auf das Konto der Multifunktionsstücher. Weitere 20 Prozent entfielen auf das sogenannte Private-Custom-Geschäft, also Auftragsarbeiten für Unternehmen, die für ihre Kunden, für Mitarbeiter, als Geschenk oder Mitbringsel eigens Accessoires mit Firmenlogo oder Werbespruch bedrucken lassen, die in der Schneiderei in langer Reihe als Muster vorrätig sind. „Damit wir immer den gleichen Farbton treffen“, wie eine Mitarbeiterin erklärt. Sie steht an einem Zuschneidetisch, trennt Lage um Lage eines Materialzuschnitts, eine Seite dunkelblau, die andere beerenrot. „Daraus werden Bucket-Hats“, sagt Reuthal. Andere nennen sie Fischerhut.

Davon, dass Corona noch mehr Menschen dazu gebracht hat, im Freien Sport zu treiben, haben die Rodenbacher profitiert. Auf der anderen Seite waren die langen Einschränkungen im Einzelhandel spürbar, dennoch habe man 2021 profitabel gewirtschaftet, sagt Reuthal. Nun seien die Lager der Händler aber noch so voll, dass der Absatz in diesem Jahr mit Sicherheit geringer ausfallen werde als im Vorjahr. KATJA WINTER



Sebastian Reuthal



Handarbeit: H.A.D. produziert Schlauchtücher in Rodenbach. Foto Marcus Kauffhold

Frauen verdienen deutlich weniger

WIESBADEN Frauen haben in Hessen im vergangenen Jahr abermals durchschnittlich deutlich weniger verdient als Männer. Die Einkommenslücke, der sogenannte Gender Pay Gap, betrug im vergangenen Jahr rund 18 Prozent, wie das Statistische Landesamt am Montag in Wiesbaden mitteilte. Damit lag die Entwicklung in Hessen im Bundesdurchschnitt.

Frauen verdienten demnach im vergangenen Jahr mit durchschnittlich 20,43 Euro brutto pro Stunde 4,34 Euro weniger als Männer mit 24,77 Euro. Der 10. März ist der Internationale Aktionstag für gleiche Bezahlung für Frauen und Männer (Equal Pay Day).

Den Statistikern zufolge nähern sich die Kurven von Frauen und Männern in kleinen Schritten einander an, im Zeitverlauf zeigt sich demnach ein langsamer Rückgang des Gender Pay Gaps. 2010 hatte die Differenz demnach noch bei etwa 25 Prozent gelegen. lhe.

Fracht-Airline drohen Streiks

FRANKFURT Bei der Fracht-Airline Aerologic drohen Streiks. Die Piloten des Gemeinschaftsunternehmens von Deutsche Post und Lufthansa sprachen sich in einer Urabstimmung für Arbeitskämpfe zur Durchsetzung von Tarifverträgen aus, wie die Gewerkschaft Vereinigung Cockpit (VC) in Frankfurt mitteilte. Trotz hoher Auslastung und gut laufender Geschäfte verweigere sich die Geschäftsführung seit Monaten allen Aufrufen zu Tarifgesprächen seitens der VC, kritisierte die Pilotengewerkschaft. Details zu möglichen Arbeitskämpfbmaßnahmen wurden nicht genannt.

„Wir stehen vor einer in der Sache nicht nachvollziehbaren Verweigerungshaltung des Arbeitgebers, Tarifgespräche zu führen“, sagte VC-Präsident Stefan Herth. Tarifvorstand Marcel Gröls kritisierte die Verweigerung der gesetzlich vorgesehenen Tarifverträge als „völlig inakzeptabel und den Beschäftigten nicht zuzumuten“. Zumal der Staat bedeutende Anteile an beiden Unternehmen hält. lhe.



Wo gehobelt wird: Viele junge Menschen fürchten die Risiken der Selbständigkeit.