

HAMBURGER UNTERNEHMER

WIRTSCHAFTSMAGAZIN der Metropolregion Hamburg · Nr. 01/2017



GENUSS

NEUWAHLEN

Regionalvorsitzende im Interview
Volker Ernst und Vanessa Niemann

IM GESPRÄCH

Tierischer Produktionseinblick
mit Dorian Hubertus Tackenberg

VERANSTALTUNG

Eindrücke vom 21. Ball
DER FAMILIENUNTERNEHMER



bAV – So einfach wie Rad fahren:

Mit unserem Betriebsrenten-Portal und innovativen Lösungen sorgen wir für motivierte Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen.

NÜRNBERGER
VERSICHERUNGSGRUPPE



NÜRNBERGER
Lebensversicherung AG
Ansprechpartner für den Verband:
Thomas Marschner

Telefon 0341 9857-136
Thomas.Marschner@nuernberger.de

Liebe Mitglieder und Freunde von DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER,

als neue Vorsitzende des Regionalkreises Metropolregion Hamburg möchten wir uns auch auf diesem Weg bei Ihnen vorstellen. Sehr herzlich danken wir unseren Vorgängern **Michael Moritz** und **Fabian Gewalt**, die in ihrer Amtszeit wichtige Weichen für eine erfolgreiche Zukunft unseres Verbandes gestellt haben. Einen besonderen Dank richten wir auch an **Friedrich Görtz**, der als langjähriger Landesvorsitzender im Ehrenamt nun von **Andreas Fischer-Appelt** abgelöst wird. Mit ihm können wir einen Vollprofi für Öffentlichkeitsarbeit in dieser Verbandsposition begrüßen. Es gibt weiter viel für uns zu bewegen und wir freuen uns auf die gemeinsame Arbeit mit Ihnen, unseren Mitgliedern.

Aber nicht nur in unserem Regionalkreis wurde fleißig gewählt. 2017 ist das Jahr der Bundestagswahl in Deutschland. Wir freuen uns auf viele spannende Veranstaltungen mit Politikern und regen Diskussionen. Einen guten Start haben wir dabei mit **Rüdiger Kruse** im Februar beim Grünkohlessen gemacht. Es wurde ausführlich über die nicht wirklich erkennbare Wahlkampfstrategie der CDU diskutiert. Jetzt einige Monate vor der Wahl haben wir noch die Möglichkeit, Einfluss zu nehmen, sowohl bei Gesprächen mit den Politikern als auch bei Gesprächen mit unseren Mitarbeitern. Wir fordern Sie auf: Nutzen Sie gemeinsam mit uns die Zeit vor der Wahl, damit bei uns in Deutschland die Wahlergebnisse nicht so überraschend ausgehen wie in Großbritannien und den USA.

Die erste Ausgabe des Jahres 2017 beschäftigt sich mit dem Schwerpunktthema „Genuss“. Gerade in politisch bewegten Zeiten wie diesen erscheint es wichtig, sich auch positive Momente zu gönnen. Wir ergründen, wie Genuss eigentlich entsteht und lassen unsere Mitglieder zu Wort kommen, was für sie Genuss bedeutet. Auch kulinarische Genüsse, optische sowie akustische Harmonie, wie in der neu eröffneten Elbphilharmonie, werden in diesem Magazin beschrieben.

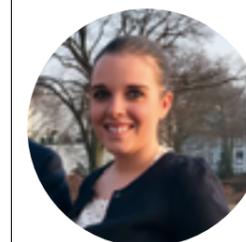
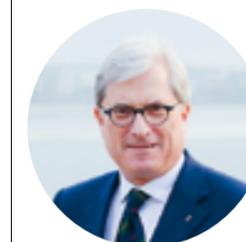
Unser Neujahrsempfang hatte eine Rekordbeteiligung. **Jay Tuck** gab uns einen Einblick in die Chancen und Risiken künstlicher Intelligenz. Unser Verbandskalender für dieses Jahr ist wieder gut gefüllt und wir freuen uns darauf, Sie bald auf einer unserer Veranstaltungen persönlich begrüßen zu können. Genießen Sie diese Ausgabe.

Herzliche Grüße

Volker Ernst und Vanessa Niemann

Volker Ernst

Vanessa Niemann



oben: Volker Ernst,
Regionalvorsitzender
Metropolregion Hamburg
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

unten: Vanessa Niemann,
Regionalvorsitzende
Metropolregion Hamburg
DIE JUNGEN UNTERNEHMER

HAMBURGER UNTERNEHMER

{ eins von vier 2017 }



6

NEWS

Neuwahlen

Interview mit Volker Ernst
und Vanessa Niemann

10

NACHGEDACHT

Was ist eigentlich Genuss?

14

HAMBURG IM FOKUS

Vom zweifelhaften Genuss
des Hamburger Straßenverkehrs



16

TITELSTORY &

150 JAHRE DARBOVEN

Im Interview mit Albert Darboven

22

20 Jahre Darboven

IDEE-Förderpreis

24

Im Interview

Kristin Poser

26

WIRTSCHAFT

Geschenke, Incentives
und Bewirtung



28

Im Gespräch

Dorian Hubertus Tackenberg

32

THEMA GENUSS

Stimmen zu Genuss

36

MITGLIEDER &

VERANSTALTUNGEN

Neujahrsempfang



40

Im Gespräch

Gerd Rindchen

43

Auf der Suche

Tim-Alexander Karuweit

46

MITGLIEDER &

VERANSTALTUNGEN

21. Ball DER FAMILIENUNTERNEHMER

52

STEUERN & FINANZEN

Genuss kommt von Nutzen

54

Klanggenuss Elbphilharmonie

56

KUNST & KULTUR

Ateliergespräch mit Stefan Marx

62

AUSSTELLUNGSTIPP

Hanne Darboven – Gepackte Zeit

63

BUCHTIPP



64

Karikatur Burkhard Mohr

65

Clippings



66

NACHGEFRAGT

Dirk Kowalke



BUSINESS LUNCH IM HERZEN DER STADT.

Wählen Sie täglich zwischen zwei
unterschiedlichen Mittagsgerichten zum
Quick Lunch.

€ 12,50 pro Person
inklusive Wasser und einer Kaffeespezialität
montags bis freitags | 11.30 bis 14.00 Uhr.

RESTAURANT  SPEICHER 52

im Hamburg Marriott Hotel | ABC Straße 52 | 20354 Hamburg
(040) 3505 1735 | speicher52.de | hamburgmarriott.de

NEUWAHLEN

Interview mit Volker Ernst und Vanessa Niemann



Zunächst einmal herzlichen Glückwunsch zu Euren neuen Ämtern als neue Regionalkreisvorsitzende von DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER. Würdet Ihr Euch bitte unseren Lesern kurz vorstellen? In welchen Bereichen sind Eure Unternehmen tätig und welche Geschichte verbindet Euch mit unserem Verband?

Volker Ernst: Die Ernst factoring GmbH ist ein Finanzdienstleistungsinstitut. Wir finanzieren kleine und mittlere Unternehmen bundesweit durch den Kauf und sofortige Auszahlung der offenen Forderungen unserer Kunden. Damit überbrücken wir die immer länger werdenden Laufzeiten der Forderungen und wir übernehmen das Ausfallrisiko der Debitoren zu 100 Prozent sowie auf Wunsch das komplette Debitorenmanagement. Im Verband bin ich seit 2012 und bin auch schnell in der Vorstandsarbeit aktiv geworden. Nur wenn man sich einbringt und mitmacht, kann man Dinge bewegen. Nebenbei beschäftigt man sich mit vielen interessanten Themen und wird durch die guten Kontakte und Gespräche ja auch wahrlich nicht dümmer.

Vanessa Niemann: Ich komme aus Buchholz in der Nordheide und bin dort Nachfolgerin in der dritten Generation bei der MDS Messebau und Service GmbH. Wir sind ein Team aus 48 festangestellten Mitarbeitern und wir designen, produzieren, transportieren und realisieren die Messeauftritte unserer Kunden in ganz Europa. Auch ich bin seit 2012 im Verband. Ich habe nach meinem Einstieg in das Unternehmen nach Menschen mit gleichen Interessen und ähnlichen Herausforderungen gesucht und bin hier im Verband im Regionalkreis und im Bundesverband beim Klub der Nachfolger fündig geworden. Ich bin schnell in den Vorstand gerutscht und habe jetzt große Lust, mich hier in Hamburg als Vorsitzende einzubringen.

Nur wenn man sich einbringt und mitmacht, kann man Dinge bewegen

Volker Ernst

Je mehr Unternehmer sich an den politischen Diskussionen beteiligen, desto mehr Gehör finden wir.

Vanessa Niemann

Welches sind die für Euch wichtigsten Hamburger Themen, die Ihr in Eurer Amtszeit voranbringen möchtet?

Ernst: Ich möchte die bereits vorhandenen Themen Innovationshauptstadt und Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Wirtschaft weiter ausbauen. Ich plane außerdem, die Kontakte in die Politik Hamburgs zu stärken, nachdem die bisher anerkannte Stimme der Handelskammer marginalisiert wurde.

Niemann: Dieses Jahr legen wir aufgrund der Bundestagswahl politische Schwerpunkte. Dann werden wir sehen, wie die Wahl ausgeht und wie wir darauf reagieren.

Wie sollen diese Themen am sinnvollsten angegangen werden? Auf welche Weise können unsere Mitglieder diesen Weg unterstützen?

Ernst: Kommen Sie zu unseren Veranstaltungen und bringen Sie Themen und Fragestellungen aktiv bei uns ein.

Niemann: Je mehr Unternehmer sich an den politischen Diskussionen beteiligen, desto mehr Gehör finden wir. Sowohl bei den Politikern als auch zum Beispiel bei unseren Mitarbeitern. Noch ist genug Zeit vor den Wahlen, um aufzuklären, damit bei uns die Wahl nicht so unerfreulich ausgeht, wie in anderen Ländern.

Die Wahlen zum Deutschen Bundestag in diesem Jahr werden auch Auswirkungen auf Hamburg haben. Wollen wir als Regionalkreis Metropolregion Hamburg unseren Anliegen auch in der Bundespolitik Gehör verschaffen oder sollten wir uns mit unserem Engagement eher auf unsere Metropolregion konzentrieren?



Volker Ernst und Vanessa Niemann

Austausch mit Gleichgesinnten, Informationsvorsprünge gewinnen durch viele Kontakte und Veranstaltungen. Treffen interessanter Menschen und Entwicklung neuer Freundschaften.



Beim Neujahrsempfang 2017.
(v.l.) Michael Moritz,
Volker Ernst,
Vanessa Niemann,
Andreas Fischer-Appelt
und Fabian Gewalt

Ernst: Der Ausgang der Wahlen wird zwangsläufig Auswirkungen auch auf die Hamburger Wirtschaft haben. Daher werden wir konkret Gespräche mit den Bundestagsabgeordneten aller Parteien aus der Region führen und für die Interessen der Familienunternehmen eintreten.

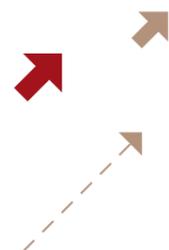
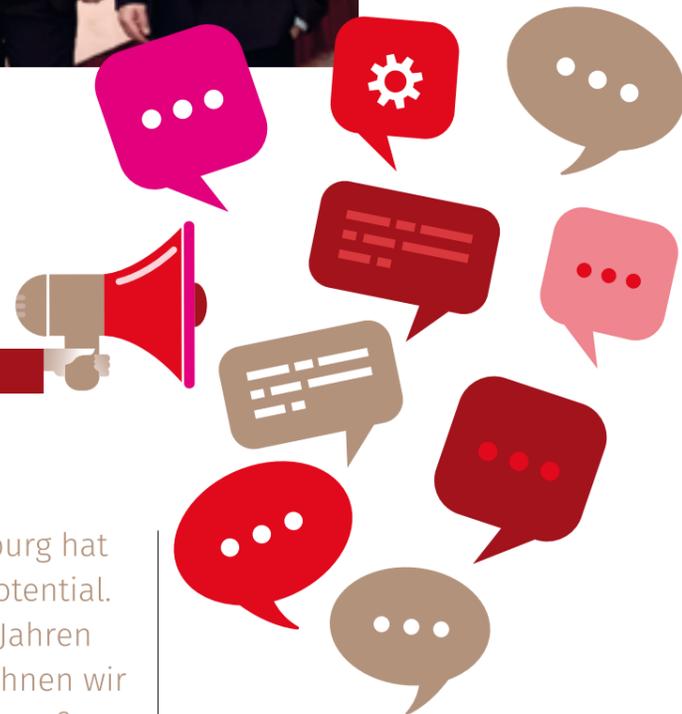
Niemann: Jeder kann im Kleinen mitwirken. Jetzt im Wahlkampf haben die Politiker ein Ohr auch gerade für uns Unternehmer. Vereinbaren Sie Termine mit den Politikern Ihres Wahlkreises und zeigen Sie denen einmal Ihr Unternehmen und besprechen Sie Ihre Themen. Je mehr Politiker im Bundestag für Unternehmerthemen sensibilisiert sind, desto besser. So können wir uns durch regionale politische Arbeit in Berlin indirekt Gehör verschaffen.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen werden aktuell tüchtig durcheinandergewirbelt. Trump, Brexit, Vergemeinschaftung europäischer Staatsschulden und stärker werdende nationalistische Bewegungen in vielen Ländern Europas verändern auch das Vertrauen, das für Investitionen erforderlich ist. Wie schätzt Ihr die aktuellen und zukünftigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Hamburg ein?

Ernst: Hamburg hat viel Potential. Seit Jahren verzeichnen wir einen großen Zuwachs an sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen. Durch die Elphi wird Hamburg international bekannter und das können wir Unternehmer für die eigene PR im In- und Ausland sicherlich nutzen. Es gibt wenige Städte in Europa, die eine bessere Work-Life-Balance ermöglichen. Das ergibt für unsere Firmen Vorteile im Werben um die besten Talente.

Niemann: Hamburg ist wirtschaftlich stark. Wir haben eine extrem hohe Standortqualität, die wir durch wirtschaftliche Strukturent-

Hamburg hat viel Potential. Seit Jahren verzeichnen wir einen großen Zuwachs an sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen. Durch die Elphi wird Hamburg international bekannter und das können wir Unternehmer für die eigene PR im In- und Ausland sicherlich nutzen.



wicklung noch weiter ausbauen können. Ganz wichtig für die Wettbewerbsfähigkeit der Region ist Innovation. Ich hoffe, dass Deutschland sich bei der Bundestagswahl nicht in die oben genannten Unruhen einreihet. Dann sehe ich sehr positiv in Hamburgs Zukunft.

Das Amt des Vorsitzenden ist sehr zeitaufwändig. Wie schafft Ihr es organisatorisch, die Tätigkeit für unseren Verband mit Euren Firmen und Eurem Privatleben in Einklang zu bringen?

Ernst: Wir können uns auf eine einmalige Struktur in der Metropolregion stützen: Hochmotivierte Vorstandskollegen, proaktive Geschäftsstellen in Berlin und Hamburg sowie die heutigen technischen Möglichkeiten erleichtern die Arbeit beträchtlich. Ich persönlich genieße die vielen Gespräche mit klugen und interessanten Menschen.

Niemann: Wir haben hier in Hamburg ein sehr engagiertes Vorstandsteam. Wir teilen uns die Arbeit sehr gut nach Interessen auf und sind mittlerweile gut befreundet, so dass es sich

zeitgleich auch wie Privatleben anfühlt. Und auch bei uns in der Firma haben wir ein Spitzenteam, das mir extrem gut zuarbeitet, wenn ich gerade für den Verband unterwegs bin.

Gebt unseren Lesern, die noch nicht Mitglieder unseres Verbandes sind, drei gute Gründe, Mitglied im Regionalkreis Metropolregion Hamburg zu werden?

Ernst: Der Austausch mit Gleichgesinnten, das Gewinnen von Informationsvorsprüngen durch Kontakte und Veranstaltungen sowie das Treffen interessanter Menschen und die Entwicklung neuer Freundschaften.

Niemann: Man trifft interessante Persönlichkeiten mit dem gleichen Mindset, man hat die Chance proaktiv an politischen Diskussionen teilzunehmen und man erhält viel Input auf guten Veranstaltungen.



Anzeige

crone werbeagentur

”
**AUS DATEN
WERDEN TATEN.**

Marktforschung mit United Research liefert Ihnen fundierte Orientierungshilfen, die Ihnen bei Ihren unternehmerischen Entscheidungen wirklich weiterhelfen.

ÜBER GENUSS

Was ist eigentlich Genuss?



Genuss ist eine positive Sinnesempfindung, die mit körperlichem und oder geistigem Wohlbehagen verbunden ist', lesen wir bei Wikipedia.



von Dr. Björn Castan

„Wer sein Leben zu einer Sache des Genusses macht, entwertet es zum bloßen Dasein“, sagte der österreichische Philosoph Ferdinand Ebner.

Ebenso lernen wir dort, dass Genuss physikalisch durch die Ausschüttung des Botenstoffes Dopamin entsteht, der positive Gefühle im Belohnungssystem des Gehirns auslöst. Voraussetzungen für das Empfinden sind Genussfähigkeit und Hingabe.

Dabei ist wissenschaftlich umstritten, ob Genussfähigkeit angeboren oder erlernt ist.

Nach einer Studie von Tanja Hoff soll die Genussfähigkeit in Deutschland regional unterschiedlich stark ausgeprägt sein. Dies spricht dafür, dass Genussfähigkeit eine erlernte Eigenschaft ist. Am genussfähigsten sind demnach Bewohner des Rheinlandes, von Baden-Württemberg, Bayern, Hessen und Rheinland-Pfalz. Also im Wesentlichen die Wein- und Bierproduktionsgebiete. Bei uns in Norddeutschland sind wir demnach am wenigsten fähig zum Genuss. Überrascht uns dieses Ergebnis? Nicht wirklich. Erfreut uns dieses Ergebnis? Mich jedenfalls nicht! Generell wird Genuss mit der Fähigkeit zur Muße und zur Entspannung verknüpft. Eile, Hektik und Stress gelten als genussfeindliche Faktoren.

Fehlt uns Norddeutschen etwa die Fähigkeit zur Muße und Entspannung? Ich glaube, nein.

Genuss ist ein rein individuelles und aktuelles Gefühl. Weder in der Vergangenheit noch in der Zukunft können wir genießen, sondern nur im Augenblick, im Jetzt.

Möglicherweise denken wir Norddeutschen in unserem Handeln zu viel an die nahe oder fernere Zukunft, wodurch wir den bewussten Blick auf einen aktuellen Moment des Genusses verlieren. Genuss kann wesentlich zu einem Empfinden von Glück beitragen.

In globalen Vergleichen des Glücksempfindens sucht man die Deutschen auf den vorderen Plätzen vergeblich. Im weltweiten Glücksranking von Gallup landen Paraguay, Panama und Guatemala auf den ersten drei Plätzen.

Deutschland liegt im Mittelfeld hinter Ruanda und knapp vor Sri Lanka und Vietnam. Offenbar hat persönlich empfundenes Glück nur wenig bis gar nichts mit wirtschaftlicher Leistung oder finanziellem Wohlstand zu tun. „Wer sein Leben zu einer Sache des Genusses macht, entwertet es zum bloßen Dasein“, sagte der österreichische Philosoph Ferdinand Ebner. Leistung und Genuss können offenbar nicht gleichzeitig erfolgen. Aber durchaus hintereinander, wie Götz Werner, Gründer der Drogeriemarktkette dm, betont: „Erfolge feiere ich nicht, ich genieße sie nur.“ Warum denken viele von uns, dass wir uns Genuss erst einmal verdienen müssen, bevor wir ihn uns zugestehen? Genuss und Scham werden leider oft in einen Kontext gebracht, als müssten wir uns für Genuss schämen. Dürfen wir nur genießen, wenn wir zuvor etwas geleistet haben? Und nur dann Genuss ohne ein schlechtes Gewissen empfinden? Welche moralische Instanz wäre in der Lage, ein schlechtes Gewissen für Genuss zu aktivieren? Doch einzig und alleine wir selbst. Die Grenze des unbedenklichen und unbeschwerten Genusses liegt doch dort, wo er beginnt, uns selbst oder anderen zu schaden.

Solange wir die Kontrolle über unseren Genuss behalten und weder uns noch anderen damit schaden, klingt es für mich vernünftig, so oft und so intensiv mit all unseren Sinnen zu genießen, wie wir dazu in der Lage sind.

Die Ursache für ein schlechtes Gewissen beim Genuss kann darin liegen, dass in ihm auch Gefahren lauern. Vieles, was Menschen Genuss bereitet, kann süchtig machen. Die Frage an Google, wodurch Genuss entsteht, wird überwiegend mit Texten beantwortet, die erklären, wie Sucht entsteht. Dabei wird folgende Kausalität hergestellt: Genuss führt zu Gewöhnung, diese zu Missbrauch, was schließlich in der Abhängigkeit endet. Ist Genuss also etwa gefährlich für uns? Sind wir zu schwach, etwas zu genießen, ohne daraus eine Abhängigkeit zu entwickeln?

Wie viel Genuss erlauben wir uns selbst? Und wann wird aus dem Genuss ein Missbrauch oder gar eine Abhängigkeit? Interessant ist, dass der angebliche Genuss einer Zigarette zum Beispiel darin besteht, die Entzugerscheinungen, die sie selbst verursacht, zu mindern. Der Genuss entsteht nicht durch den Geschmack, denn niemand wird behaupten, dass die erste Zigarette im Leben wirklich gut geschmeckt hat. Erst durch den wiederholten Konsum konditionieren wir unser Gehirn, in dem Konsum einen Genuss zu erkennen.

Längst nicht aus jeder Form von Genuss entsteht eine Sucht. Fakt ist, dass durch das Fortsetzen einer Genussbehandlung die Intensität des Genusses im Zeitablauf sinkt.

Für die meisten Menschen dürfte der Genuss des ersten Glases Wein am Abend signifikant höher sein als die Folgen des zwanzigsten Glases. In der Betriebswirtschaft würden wir sagen, der Grenznutzen des Genusses zusätzlicher Einheiten eines Genussmittels ist abnehmend.

Genuss entsteht als Reaktion auf nicht alltägliche oder nicht ständig verfügbare positive Reizauslöser. Kurz gesagt, durch etwas Besonderes.

Genießen wir den Zustand, satt zu sein, im warmen Raum zu sitzen oder gesund zu sein? Wenn es sich dabei um Normalzustände handelt, werden wir sie in der Regel nicht genießen. Wenn sie aber etwas Besonderes sind, weil wir längere Hungerzustände, Kälte oder Krankheit erlebt haben, genießen wir diese sehr wohl, weil wir sie uns bewusst machen. Zum Genuss gehört daher aus meiner Sicht das Bewusstsein für den außergewöhnlichen, positiven Moment. Genießen können wir mit allen Sinnen. Die meisten Menschen denken bei dem Stichwort Genuss zwar zuerst an Essen oder Trinken. Wir können aber auch optisch genießen, wenn wir etwas besonders Schönes sehen. Wir können akustisch genießen, wenn wir etwas besonders Schönes hören. Oder emotional, wenn wir etwas Besonderes fühlen. Die Intensität des Genusses lässt jedoch dabei – wie erwähnt – im Zeitablauf nach. Beim Essen und Trinken kurz nach dem Konsum.

Daher führt aus meiner Sicht auch nicht jede Form des Genusses in eine potentielle Abhängigkeit. Auch wenn Sie das schönste Bild betrachten oder den schönsten Sonnenuntergang Ihres Lebens sehen, die schönste Musik Ihres Lebens hören, lässt die Intensität des Genusses irgendwann nach, da sich mit längerer Zeit das Erleben des Besonderen reduziert.

Ein permanenter Reiz reduziert das Besondere, das Voraussetzung für Genuss ist.

Asketen sehen in der Vermeidung von Genuss einen Wert an sich, der sie zu glücklichen Menschen werden lassen mag. Andere genießen im Überschwang und landen in fatalen Abhängigkeiten, wenn die Gier nach Genuss stärker ist als die Selbstkontrolle. Für die meisten Menschen dürfte sich ein Weg zwischen diesen Polen am angenehmsten anfühlen. „Es ist besser zu genießen und zu bereuen, als zu bereuen, dass man nicht genossen hat“, pointiert es der bekannteste italienische Renaissance-Schriftsteller Giovanni Boccaccio. Und ich füge hinzu: Genuss ist auch ohne Reue möglich.

Wie halten Sie es mit dem Genuss?

Schreiben Sie mir gerne unter:
castan@united-research.com.

Herzlichst,
Ihr Björn Castan

Wir machen wat mutt.

International denken. Hanseatisch handeln.

Neue Technologien, rasante Digitalisierung und veränderte Kundenerwartungen stellen weltweit die Geschäftsmodelle auf den Kopf. Unsere Spezialisten helfen mit innovativem Denken und konkreten Lösungen, den Wandel zu meistern – zugeschnitten auf Ihre Anforderungen vor Ort. Erfahren Sie mehr unter www.kpmg.de/Hamburg

Heute. Für morgen. Für Hamburg.

Kontakt:

Dr. Jochen Haußer
T +49 40 32015-5630
jhausser@kpmg.com

Timo Marquardt
T +49 40 32015-5314
tmarquardt@kpmg.com

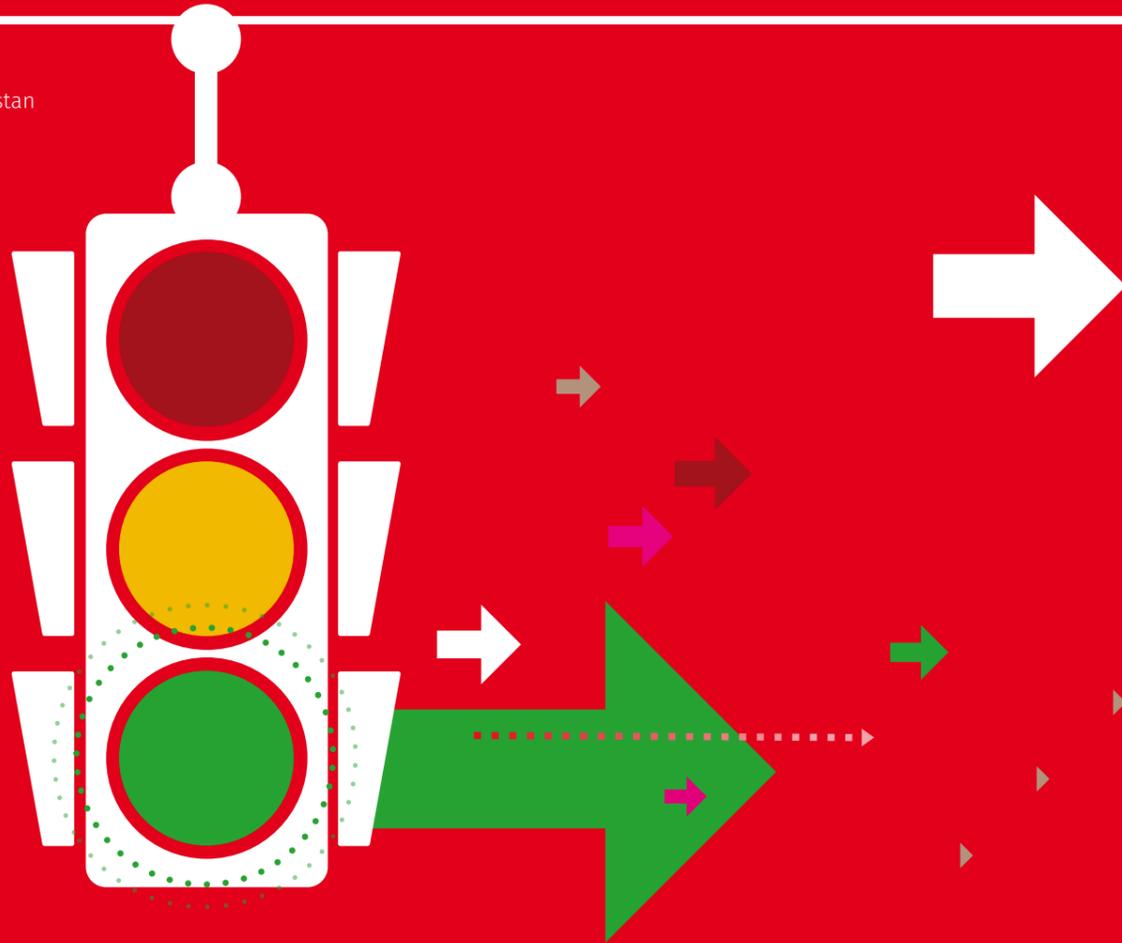
KPMG



HAMBURG IM FOKUS

Vom zweifelhaften Genuss des Hamburger Straßenverkehrs

von Dr. Björn Castan



Niemand kann unserem Senat vorwerfen, in der Verkehrspolitik keine Schwerpunkte zu setzen. Der öffentliche Nahverkehr wird gestärkt, die U4 gebaut, Busse wurden beschleunigt. Fahrradwege werden konsequent ausgebaut und auf die Straßen verlegt. Der Bau der Überdeckelung der A7 nördlich des Elbtunnels ist nach jahrzehntelangem Kampf tatsächlich begonnen worden.

Die 761.000 Autofahrer in Hamburg dürfen sich darüber freuen, dass große Teile der teilweise bröckelnden Fahrbahnoberflächen nach und nach saniert werden. Bundesweit führt Hamburg allerdings das Stau-Ranking vor München an, in Europa belegt Hamburg gar den vierten Platz. Die Staus auf der A7 und der Dauerbaustelle A1 sind gefürchtet und schränken viele Pendler massiv ein. Der ADAC beklagt, dass in Hamburg die Pflicht abgeschafft wurde, bei Neubau von Wohnraum auch Parkraum zu schaffen, sowie eine Vernichtung von Parkplätzen in der Stadt. Von den rund 4.000 Kilometern Straße in Hamburg gelten auf knapp 70 Prozent Tempo 30. Im Jahr 2016 konnten wir neben dem normalen Stauwahnsinn auch noch eine gleichzeitige Sperrung der Stresemannstraße und eine Verengung der Reeperbahn auf eine Spur erleben, die den Verkehrsfluss zwischen Hamburgs Westen und der Innenstadt zum Erliegen brachte. Viele Autofahrer sind aus gutem Grund verärgert und fordern vom Senat eine bessere Baustellenplanung.

Wir möchten zwei Vorschläge in die Diskussion einbringen, die eine gewisse Entlastung bringen könnten. Sie sind nicht neu, aber in Hamburg bislang nicht umgesetzt: Ein verbesserter Verkehrsfluss ließe sich mit Grünen Wellen erreichen. Und dafür braucht man noch nicht einmal eine „Smart City“.

Wenn Sie auf einer der wichtigsten Verbindungsstraßen Hamburgs, der Willy-Brandt-Straße, an einer Ampel zum Stehen kommen, können Sie sich recht zuverlässig darauf verlassen, dass eine der nächsten Ampeln auf Rot springt, wenn Sie dort ankommen. Elektronische Hinweissysteme, mit welcher Geschwindigkeit man fahren muss, um die nächste Ampel bei Grün zu erreichen, gibt es zum Beispiel im Rheinland und Ruhrgebiet schon seit Jahrzehnten. Technisch also bereits in vordigitalen Zeiten einfach zu lösen. Grüne Wellen reduzieren die Schadstoffemissionen und schonen die Zeit und Nerven von Autofahrern. Wir haben in Hamburg zum Beispiel auf der Reeperbahn eine Grüne Welle. Wunderbar! Aber warum um alles in der Welt ist diese zeitlich von 20.00 bis 6.00 Uhr begrenzt? Grüne Wellen sollten nicht von der Uhrzeit abhängig sein, wenn wir denn die Erkenntnis teilen, dass sie sinnvoll sind.

Ein wichtiges Zukunftsprojekt für den Hamburger Straßenverkehr wäre eine Untertunnelung von Straßen.

Die Handelskammer hat vorgeschlagen, die Willy-Brandt-Straße zu untertunneln. Wir fügen dieser Idee den Vorschlag hinzu, auch die Straße An der Alster zu untertunneln und auf den dort entstehenden Flächen zusätzliche Grünflächen und Gastronomie zu schaffen. Auch Radfahrer und Spaziergänger würden sich freuen, wenn der aktuelle Verkehr dieser stark befahrenen Straße zukünftig unterirdisch verlaufen würde. Düsseldorf hat mit diesem Weg der Untertunnelung der Rheinuferpromenade hervorragende Erfahrungen gemacht. München untertunnelt seit vielen Jahren den gesamten Ring. Boston hat einen ganzen Highway unter die Erde verlegt. Im Ergebnis wurden ein verbesserter Verkehrsfluss und eine gesteigerte Lebensqualität in der Stadt erreicht.

Eine Verbesserung der Bedingungen für Fahrradfahrer und Nutzer des öffentlichen Nahverkehrs ist grundsätzlich unter Umweltgesichtspunkten zu begrüßen. Jede Maßnahme sollte aber auch unter dem Blickwinkel abgewogen werden, den Verkehrsfluss für Autos und Lastwagen nicht zu behindern.

Im Ergebnis wurden ein verbesserter Verkehrsfluss und eine gesteigerte Lebensqualität in der Stadt erreicht.

Anzeige

hypo
hamburg.de
Immobilien günstiger finanzieren

KOSTENLOSER in 24h ZINSCHECK



Malte Wettern im Gespräch mit Albert Darboven

Grundvoraussetzung für einen Unternehmer ist, dass er Menschen gerne hat

2016 war ein besonderes Jahr – Ihr Unternehmen feierte 150-jähriges Jubiläum, Sie selbst sind 80 Jahre alt geworden. Lassen Sie uns ein wenig zurückblicken: Sie sind seit 1960 im Unternehmen. Gibt es etwas, dass Sie dem jungen Albert Darboven gerne gesagt hätten?

Albert Darboven: ‚Denke immer daran, dass Dein wertvollstes Gut in der Firma Deine Mitarbeiter sind.‘ Denn ohne seine Mitarbeiter wird man die gesteckten Ziele nie erreichen können. Heinzelmännchen gibt es im wahren Leben nicht.

Genuss ist für mich das Gefühl, wenn die Vorstellung des Genießens Wirklichkeit wird

‚Tradition, Verantwortung und Genuss‘ lesen wir als Mission Statement auf Ihrer Website. Genuss ist das Schwerpunktthema unserer Ausgabe. Was bedeutet für Sie persönlich Genuss?

Darboven: Genuss ist für mich ein außergewöhnlich hohes Gefühl, das man zu spüren bekommt, wenn die Vorstellung des Genießens Wirklichkeit wird.

Genuss ist durchaus ja eine subjektive Wahrnehmung. Welches Produkt aus Ihrem Sortiment liegt Ihnen als Genießer besonders am Herzen?

Darboven: Unsere Vielfalt ist mir am liebsten! Aber eine unserer Kaffeemarken liegt mir selbstverständlich besonders am Herzen und das ist IDEE Kaffee. Es ist unsere bekannteste Kaffeemarke, die bereits 1915 eingetragen und mit einem besonderen Patent 1927 auf den Markt gebracht wurde. Wir behandeln den Rohkaffee hierfür mit einem rein physikalischen Veredelungsverfahren, ohne dass ihm das wertvolle und natürliche Koffein entzogen wird. Kurzum: Er ist somit bekömmlicher geworden und für dieses Verfahren hat unser Unternehmen zweimal ein Patent erhalten. Aber selbstverständlich trinke ich ab und an auch gerne eine gute Tasse Tee und genieße vom Pfefferminztee bis zum hochwertigen Darjeeling unseren EILLES Tee.

Ihr IDEE Kaffee trägt mit Ihrer Handschrift den Zusatz ‚der Menschenfreundliche‘. Was möchten Sie damit zum Ausdruck bringen?

Über Darboven

Gegründet wurde das Unternehmen am 21. März 1866 durch Johann Joachim Darboven. Heute ist J.J. Darboven ein Handelsunternehmen mit 13 Tochtergesellschaften in neun europäischen Ländern. Täglich verlassen mehrere Tonnen Röstkaffee, Tee und Kakao sowie Serviceprodukte die Firmenzentrale in Hamburg-Billbrook. Zu den Kunden zählen Lebensmittelhändler, Hotels, Restaurants und Cafés. Für die internationale Firmengruppe arbeiten insgesamt 1.000 Mitarbeiter. Dazu gehören vier Produktionsstandorte in Hamburg, Sauerlach, Luzern und Graz. Das hanseatische Familienunternehmen wird mittlerweile in vierter Generation von Albert Darboven geführt. Mit einem umfassenden Produktangebot aus Kaffee (zum Beispiel IDEE Kaffee, EILLES Kaffee, Café Intención, Alberto, Mövenpick und Sansibar), Tee (zum Beispiel EILLES Tee, PLATEANUM) und Kakao (COYAYA) ist das Unternehmen Marktführer im Außenhausbereich und überzeugt mit seinen Kaffeemarken auch im Lebensmitteleinzelhandel. J.J. Darboven steht für Qualität, Tradition und Innovation.

www.darboven.com

In Zeiten wie diesen müssen wir uns für unsere demokratische Grundordnung einsetzen



Darboven: Dies habe ich ganz bewusst mit unserer Marketingabteilung durchsetzen können. Denn den IDEE Kaffee konnten wir früher als reizarm, säurearm und magenfreundlich ausloben. Aber die Health-Claim-Verordnung der EU untersagt uns heute eine gesundheitliche Aussage nach dem Motto: ‚Was gesund ist, bestimmt der Arzt und nicht die Industrie.‘ So kam mir der Gedanke ‚IDEE Kaffee – der Menschenfreundliche‘, denn Kaffee ist für die Menschen flüssige Nahrungsaufnahme und gehört zum täglichen Leben dazu und durch seine physikalische Vorbehandlung ist IDEE Kaffee im Besonderen ein Freund des Menschen.

Was ist Ihr ureigenes Verständnis von Unternehmertum?

Darboven: Die Grundvoraussetzung für einen Unternehmer ist, dass er die Menschen gerne hat. Sonst können Sie die Herzen nicht gewinnen. Und Sie brauchen eine besondere Leidenschaft zu dem, was sie tun. Respekt und Disziplin sind wichtig und die Achtung der Menschenwürde. Dann können Sie sich mit einem guten Gefühl als Führpferd fühlen. Nur so gelingt es Ihnen, dass Ihnen die Mitarbeiter aus Loyalität, Engagement und Freude folgen und nicht aus Neugierde. Außerdem müssen wir uns in Zeiten wie diesen stark für unsere demokratische Grundordnung einsetzen und die Meinungsfreiheit verteidigen. Nur so kann es uns gelingen, konstruktiv mit unterschiedlichen Meinungen umzugehen.

Albert Darboven wurde am 15. April 1936 in Darmstadt geboren. Seit 1973 ist er in zweiter Ehe mit Edda Prinzessin von Anhalt verheiratet. Von 1953 bis 1956 macht er eine kaufmännische Ausbildung bei der Handelsfirma Bernhard Rothfos in Hamburg. Nach dem Abschluss geht er 1956 bis Anfang 1960 für die Firma Rothfos nach El Salvador und Costa Rica, sowie weitere Tätigkeit für diese Firma in Nicaragua und in England bei der Firma Truxo Ltd. 1960 kehrt er nach Hamburg zurück und tritt in die elterliche Firma J. J. Darboven ein. Er ist begeisterter Pferdezüchter und engagiert sich vielfältig im Galopp- und Reitsport. Außerdem ist er unter anderem Vorstand der Hanne Darboven Stiftung.



Wir Industrieländer müssen die Ursprungsländer unterstützen und dabei können wir viel von diesen Ländern und ihren Kulturen lernen.

Was sind für Sie die auffälligsten Veränderungen im Geschäft mit dem Kaffee in den letzten 50 Jahren?

Darboven: Die Entstehung der vielen Coffee-Shops und dass dadurch so viele junge Menschen an den Kaffee herangeführt wurden. Kurzum man hat mittlerweile erkannt, dass Kaffeetrinken nicht schädlich ist. Es freut mich, dass immer mehr Studien sogar das Gegenteil belegen und viele positive Aspekte des Kaffeetrinkens entdecken.

Sie haben selbst einmal gesagt, dass Sie oft ‚den richtigen Riecher‘ gehabt haben. Auf welche Coups sind Sie besonders stolz?

Darboven: Ich war immer darum bemüht, die weißen Flecken im Vertriebsnetz zu schließen. So ist es mir gelungen, über Flensburg bis Rosenheim eine nationale und mittlerweile auch internationale Distribution aufzubauen, in dem wir kleine und regionale Röstereien übernommen haben. Beispielsweise haben wir bereits 1974 die bayerische Rösterei Burkhof in Sauerlach übernommen und damit unseren zweitgrößten Produktionsstandort geschaffen.

Bei Fairtrade waren Sie 1993 einer der ersten Kaffeeröster, der Fairtrade-Produkte für den Einzelhandel und die Gastronomie im Angebot hatte. Fußt diese Entscheidung auf persönlichen Erfahrungen bei den Kaffeebauern vor Ort?



Darboven: Ja. Die Verantwortung, die wir für die Länder im Ursprung haben, ist mir vor allem durch meine eigene Zeit in Mittelamerika sehr bewusst. Ich arbeitete seit 1956 als Kaffee-Einkäufer in Mittelamerika und habe erlebt, wie die Kokain-Mafia die Kaffeebauern bedrängt hat. Es ist wichtig, dass vor allem die Kleinbauern einen fairen Preis für ihre Kaffee-Ernte erhalten. Daher haben wir von Anfang an den Transfair Verein unterstützt und waren der erste Großröster der Fairtrade-zertifizierten Kaffee 1993 eingeführt hat. Auch darauf bin ich stolz. Wir Industrieländer müssen die Ursprungsländer unterstützen und dabei können wir viel von diesen Ländern und ihren Kulturen lernen. Ich würde es auch begrüßen, wenn die Politik die Kaffeesteuer hier in Deutschland vor allem für zertifizierten Kaffee abschafft, damit der Preisnachteil den Bio- und Fairtrade-zertifizierte Waren haben, entfällt.

Deutschland ist eines der ganz wenigen Länder in der EU, die eine Kaffeesteuer erheben und selbst unter diesen Ländern führen wir den Steuersatz an. Dieser liegt bei 2,19 Euro pro Kilogramm geröstetem Kaffee und bei 4,78 Euro pro Kilogramm löslichem Kaffee. Ist das noch zeitgemäß?

Darboven: Nein, dies ist für mich in Zeiten der EU nicht mehr zeitgemäß. Würden wir beispielsweise beim Fairtrade-zertifizierten Kaffee die Steuer von immerhin 2,19 pro Kilo nicht mehr erheben, bin ich fest davon überzeugt, dass viel mehr Konsumenten die Fairtrade-Bewegung als ein politisches Signal unterstützen und mehr zertifizierten Kaffee kaufen würden. So steht der Konsument immer wieder vor dem Regal und entscheidet sich spontan für den günstigeren Kaffee. Ohne die Kaffeesteuer würde die Nachfrage nach zertifiziertem Kaffee in den Anbauländern steigen und es käme zu einer besseren Wirtschaftlichkeit für die Kaffeebauern.



FOTOS: TONI MOMTSCHEW

Seit 1997 vergeben Sie den IDEE-Förderpreis, die einzige nationale Auszeichnung für Unternehmensgründungen von Frauen. Sie wollen damit ein Signal setzen und Frauen Mut machen, die unternehmerische Selbstständigkeit anzugehen. Wie fällt Ihr Fazit nach 20 Jahren aus? Ist Ihnen das gelungen?

Darboven: Gelingen ist es allemal, denn nach diesen 20 Jahren kann vor allem die Jury mit Stolz darauf zurückblicken, großartige und erfolgreiche Unternehmerinnen ausgezeichnet zu haben. Unser Land hat ein enormes Potential an extrem gut ausgebildeten jungen Frauen, die mit innovativen Gründungsideen neue Arbeitsplätze in Deutschland schaffen. Dieses Potential zu fördern und Frauen mehr Mut zu machen, sich selbstständig zu machen, ist mein persönliches Anliegen als Stifter dieses Förderpreises.

Unser Land hat ein enormes Potential an extrem gut ausgebildeten jungen Frauen, die mit innovativen Gründungsideen neue Arbeitsplätze in Deutschland schaffen.

Die aktuelle so genannte Third Wave of Coffee sieht Kaffee als Genuss und zelebriert das Kaffeetrinken als Erlebnis – vor allem teure Spezialitäten boomen. Die Deutschen achten beim Kauf allerdings vor allem auf den Preis. Sind die Deutschen zu sparsam und eingefahren für die neuen Trends?

Darboven: Nein, das finde ich nicht. Die Deutschen haben sehr, sehr schnell die italienische Kaffeekultur mit Espresso und Cappuccino sowie Latte macchiato angenommen. Natürlich wird im deutschen Lebensmittelhandel Filterkaffee sehr stark durch Preisaktionen getrieben, trotzdem spüren wir einen klaren Trend nach Premiumkonzepten. Der Verbraucher hat ein gestiegenes Qualitätsbewusstsein und fragt immer mehr nach gutem Kaffee nach. Dabei interessiert es ihn auch, woher der Rohkaffee stammt und wie er geröstet wird.

Der Verbraucher hat ein gestiegenes Qualitätsbewusstsein und fragt immer mehr nach gutem Kaffee nach. Dabei interessiert es ihn auch, woher der Rohkaffee stammt und wie er geröstet wird.

Auf der Bahrenfelder Trabrennbahn entsteht ein riesiges wohnwirtschaftliches Areal. Was ist Ihre Meinung als Pferdeliebhaber dazu, der den Pferdesport und die Zucht in Hamburg federführend beeinflusst? Was bedeutet das alles für die Horner Galopprennbahn?

Darboven: Wir sind in ständigen Gesprächen und Verhandlungen, um in Horn ein Pferdezentrum zu schaffen, das ein gemeinsames Dach für den Galopp- und Trabrennsport bildet.

Wie trinken Sie Ihren Kaffee? Und wie viele Tassen am Tag?

Darboven: Immer schwarz und sehr stark. Man sollte mit dem Wasser nicht zu verschwenderisch sein. Insgesamt sind es acht bis zehn Tassen am Tag.



Anzeige

Mit

EUKUTEC
ELEKTRO- UND KUNSTSTOFFTECHNIK GMBH

Know How
schneller ans Ziel!

e-mobility powered by EUKUTEC



Serienumsetzung von Baugruppenmontagen und Kabelkonfektion
inkl. Entwicklungssupport und Produktpflege

www.eukutec.de | kontakt@eukutec.de

Tel +49 40 752 464 -0 | Fax +49 40 752 464 -91



IDEE FÖRDERPREIS

20 Jahre Darboven IDEE-Förderpreis

65.000 Euro für die innovativsten Unternehmensgründungen von Frauen

Seit 1997 vergibt der Hamburger Kaffeeröster Albert Darboven den Darboven IDEE-Förderpreis. Der Preis ist die einzige nationale Auszeichnung für innovative Ideen für Unternehmensgründungen von Frauen. Das Fazit des Stifters nach 20 Jahren: „Ich bin immer wieder begeistert über das hohe unternehmerische Potential von Frauen, das nach wie vor viel zu wenig gefördert wird.“ Mit der Vergabe des renommierten Preises will Darboven ein Signal setzen und Frauen Mut machen, den Weg in die unternehmerische Selbstständigkeit zu gehen. Gesucht werden tragfähige und erfolgversprechende Business-Konzepte aus allen Wirtschaftsbereichen.

Die Kriterien für die Vergabe des Förderpreises sind klar definiert. Im Vordergrund stehen das tragfähige Business-Konzept, der Innovationsgrad der Geschäftsidee, das persönliche Engagement der Gründerin und die Anzahl der geschaffenen beziehungsweise zu erwartenden neuen Arbeitsplätze. Der Stifter und die Jury freuen sich dabei auch auf unternehmerische Konzepte aus dem sozialen Bereich sowie von Gründerinnen mit einem Migrationshintergrund.

Teilnahmeberechtigt sind Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen, die nicht länger als drei Jahre selbstständig sind. In der ersten Bewerbungsphase müssen alle Interessentinnen einen standardisierten Bewerbungsbogen ausfüllen und bis zum 31. Juli 2017 einreichen. Es werden drei Geschäftsideen ausgezeichnet. Der erste Preis ist mit 50.000 Euro dotiert, der zweite Preis mit 10.000 Euro und der dritte Preis mit 5.000 Euro. Aus der Vielzahl der Einsendungen erhalten in der Regel fünf Bewerberinnen die Möglichkeit, sich und die Gründungsidee persönlich vor

der Jury zu präsentieren. Ein Platz für diese Finalrunde wird dabei durch ein Publikums-voting vergeben. Die Preisverleihung findet im November 2017 in Hamburg statt.

Der Förderpreis steht unter der Schirmherrschaft von Prof. Dr. Dagmar Schipanski. Ausgewählt werden die Preisträgerinnen durch eine hochkarätige Jury unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Rolf Eggert. Die weiteren Jurymitglieder sind: Dr. Frank Dettmann, Dr. Necla Kelek, Norbert Leopoldseher, Wilfried Peters, Dr. Anita Plantikow sowie Dr. Jelena Stojadinovic (Preisträgerin des Darboven IDEE-Förderpreis 2015).

Die aktuell ausgezeichnete Preisträgerin ist ein sehr gutes Beispiel für eine herausragende wissenschaftliche Karriere und dem darauffolgenden Weg eines erfolgreichen Spin-offs.

Das von ihr gegründete Unternehmen MEMBRASENZ GmbH hat eine innovative Membran für die Herstellung von Wasserstoff entwickelt. Die Membran, die bei der alkalischen Elektrolyse eingesetzt wird, stellt die Trennung des Wasserstoffs von der Atmosphäre sicher und garantiert damit die Reinheit des hergestellten Wasserstoffs sowie eine sichere Handhabung. Wasserstoff in gasförmiger und flüssiger Form wird bereits im Industriemaßstab verwendet und wird zunehmend wettbewerbsfähiger als alternativer Energieträger. Damit kann Wasserstoff dazu beitragen, die Herausforderungen der Energiewende zu meistern.

Ab sofort können die Bewerbungsunterlagen für den Darboven IDEE-Förderpreis unter www.darboven.com heruntergeladen oder unter der folgenden Anschrift angefordert werden (siehe rechter Kasten).

Einsendeschluss ist der 31. Juli 2017.



Der Stifter Albert Darboven
Der Kaffeeröster Albert Darboven hat den Darboven IDEE-Förderpreis bereits 1997 ins Leben gerufen, um das unternehmerische Potential von Frauen in Deutschland zu fördern.

Unterlagen anfordern:

J. J. Darboven GmbH & Co. KG
Ute Lund

Tel.: 040/73335-408
Fax: 040/73335-121
E-Mail: ulund@darboven.com

Pinkertweg 13
22113 Hamburg

Anzeige



Unternehmensverkauf bleibt Maßanfertigung.

Ob Unternehmenskauf/-verkauf oder -finanzierung – Erfolg entsteht, wenn alle Parameter perfekt passen. Die fundierte Kenntnis der richtigen Kriterien, Entscheidungswege sowie der persönliche und vertrauliche Zugang zu den relevanten Investoren sind die sensiblen Nahtstellen eines guten Transaktionsdesigns. Unsere Entwürfe basieren auf der Erfahrung von mehr als 250 erfolgreichen Transaktionen sowie einem Netzwerk mit 500 Professionals in 41 Ländern mit dedizierten Sektor Teams. Das bedeutet perfekte Passform statt Beratung von der Stange.
www.catcap.de



„Ich bin immer wieder begeistert über das hohe unternehmerische Potential von Frauen, das nach wie vor viel zu wenig gefördert wird.“

Essen ist für viele eine Projektionsfläche des eigenen Ichs geworden

Ein Gespräch mit Kristin Poser



Kristin Poser, geb. Lindner, ist seit drei Jahren Neu-Hamburgerin: „Ich liebe die Art der Hamburger. Hamburg ist mit aller Überzeugung meine zweite Heimat. Ich bin sehr glücklich, dass unser Unternehmen hier eine so wichtige Dependence hat, in der ich unternehmerisch mitgestalten kann.“ Poser ist mitverantwortlich für die gesamte Entwicklung der Marke Lindner in Hamburg. Ihr persönlicher Schwerpunkt ist das Catering. Ihre Hobbys sind Reisen, Outdoor-Trips und Klettern.

Ihr Unternehmen ist bekannt für besonderen Genuss und Spezialitäten. Worin sehen Sie die aktuellen Trends?

Kristin Poser: Es hat sich insgesamt ein anderes Qualitätsbewusstsein entwickelt, das jeder nach seinen Bedürfnissen auslebt. Für den einen steht Experimentelles, immer auf der Suche nach neuen Geschmackserlebnissen, für andere Gesundheit oder Veggy, Vegan, Low Carb, artgerechte Tierhaltung, im Mittelpunkt. Essen ist für viele Menschen eine Projektionsfläche des eigenen Ichs geworden und das bedeutet auch, dass sie für ihre Lebenseinstellungen nicht mehr bereit sind, auf Genuss zu verzichten.

Die homogene Vorstellung von gutem Essen ist passé. Die Kunden sind so gut informiert wie nie, wissen genau was sie wollen und definieren Feinkost sehr individuell.

Ihr Unternehmen hat eine lange Tradition, besonders in der Backkunst. Wie hat sich der Feinkostmarkt in den letzten Jahrzehnten entwickelt?

Poser: Der Kunde ist so gut informiert wie noch nie und weiß ganz genau, was er will. So definiert auch jeder für sich Feinkost ganz anders. Noch vor fünf, sechs Jahren hatten wir alle eine sehr homogene Vorstellung von gutem Essen. Heute ist das absolut differenziert. Darauf stellt sich der Markt ein und jeder, auch der Discounter, versucht, auf den Trend Qualität aufzuspringen. Eine große Herausforderung für uns als Fachgeschäft, die unglaublich spannend ist.

Sie haben es sich zur Aufgabe gemacht, Tradition und Handwerkskunst zu bewahren. Wie wichtig ist es für Ihr Unternehmen, Fachkräfte zu gewinnen?

Poser: Das ist die größte und existentiellste Herausforderung, der wir uns stellen müssen. Wie können wir Menschen noch vom Handwerk und der Dienstleistung begeistern?

Auf der einen Seite geht der Trend ganz klar zurück zum Ursprünglichen, gepaart mit der Sehnsucht nach Regionalem, abgewandt von der Globalisierung. Auf der anderen Seite möchten das immer weniger Menschen zu ihrer Lebensaufgabe machen.

Welche Rolle spielt das Thema Nachfolge in Ihrem Unternehmen?

Poser: Lindner ist ein sehr persönlich geführtes Familienunternehmen, mein Vater leitet es in der zweiten Generation. Wir sind erfolgreich im Markt aufgestellt und ich werde sehr engagiert meinen Anteil dazu beitragen, Lindner als Familienunternehmen in die dritte Generation zu führen.

Welche unternehmerischen Herausforderungen sehen Sie in den nächsten Jahren?

Poser: Menschen, Kunden und Mitarbeiter weiter für unsere tollen Produkte und eine herzliche und natürliche Dienstleistung zu begeistern. Die Kraft der Marke Lindner weiterzuentwickeln, indem wir die Bedürfnisse unserer Kunden in ihrer Vielschichtigkeit nicht nur erfüllen, sondern sie immer wieder begeistern können. Damit daraus eine langfristige Kundenbindung und Kundenzufriedenheit entsteht. Um auch diese starke Veränderung im Markt nicht zu vergessen: Im Spannungsfeld von stationärem Handel und Online-Handel die richtige Balance zu finden.

Was bedeutet Genuss für Sie persönlich?

Poser: Gemeinschaft mit Freunden und Familie – bei einem guten Essen von Lindner.

Wir sind erfolgreich im Markt aufgestellt und ich werde sehr engagiert meinen Anteil dazu beitragen, Lindner als Familienunternehmen in die dritte Generation zu führen.

Über LINDNER ESSKULTUR

Genuss ist eine Hommage an das Leben. Und Lindner ist eine Hommage an Kunden, die diese Einstellung teilen. Es geht um ein geschmackliches Erlebnis und um die Freude am Essen. Deshalb wurde eine Welt geschaffen, in der hoher Anspruch an Qualität, Geschmack und Kreativität sich mit allen Sinnen differenziert wahrnehmen lässt. Regionale und internationale Produkte, saisonale Schwerpunkte, Themenkollektionen und Trends aus der eigenen Küche und Bäckerei, machen den Besuch in den Feinkostgeschäften das ganze Jahr über zur kulinarischen Entdeckungsreise.

www.lindner-esskultur.de

Info

Unternehmen: Robert Lindner GmbH & Co. KG

Schwerpunkt: Fachgeschäft für feines Essen und Trinken, Catering, eigene Feinkostküche, eigene Bäckerei und Konditorei

Mitarbeiter: 720 Mitarbeiter

Sitz: Berlin, Hamburg, Potsdam

Weitere Informationen unter:

www.lindner-esskultur.de

COMPLIANCE

Geschenke, Incentives und Bewirtung

Zuwendungen können die Geschäftsfreundschaft erhalten, aber auch jede Menge Probleme bereiten.

von Frank Michel

Gerade im Mittelstand ist es üblich, zur Pflege von Geschäftsbeziehungen oder auch zur Belohnung beziehungsweise Leistungsanreiz Incentives zuzuwenden. Die hierfür gewählten Formen sind so vielfältig wie die Waren- und Dienstleistungswelt, die uns täglich umgibt – vom Sachgeschenk bis zur Reise.

Bewirtungen, Prämien, Rabatte und Einladungen zu Veranstaltungen sind häufige Formen von Zuwendungen im Geschäftsleben. Vor allem bei Amtsträgern sind geltende Compliance-Vorgaben zu beachten. Leichter fällt die Entscheidung für Zuwendungen an Geschäftspartner im geschäftlichen Verkehr sowie an eigene Mitarbeiter. Die übergeordnete Fragestellung lautet, ob die Zuwendung den Anschein erweckt, beim Empfänger einen Entscheidungsprozess in Gang zu setzen, zu dem er unbefugt ist oder der ohne die Zuwendung anders ausgefallen wäre, wie zum Beispiel eine Einkaufsentscheidung. Ist dies sichergestellt, sind daran anknüpfend jeweils die hausinternen Vorschriften beim Zuwendenden und beim Empfänger zu beachten. So kann aufgrund der Hierarchiestufe eine Einschränkung vorgenommen werden, auf Basis des Betrags, der ausgegeben werden darf oder bei der Teilnahme von Angehörigen. In jedem Falle sind steuerliche Auswirkungen beim Zuwendungsgeber und beim Empfänger zu beachten.

Steuerliche Behandlung beim Zuwendenden

Die Zuwendung wirkt steuerlich nur dann gewinnmindernd, wenn sie im sachlichen und zeitlichen Zusammenhang einer Gegenleistung steht und zusätzlich zum vereinbarten

Entgelt gewährt wird. Beispielsweise ausgelobte Incentives für Vertreter. In diesen Fällen sind lediglich die Einschränkungen für die steuerliche Abzugsfähigkeit von Bewirtungskosten zu beachten. Eine Besonderheit besteht bei unangemessenen Repräsentationsaufwendungen wie beispielsweise Aufwendungen für Jagd, für Segeljachten und ähnliche Zwecke. Aufwendungen hierfür sind unabhängig von der betrieblichen und beruflichen Veranlassung nicht abziehbar.

Steuerliche Behandlung beim Geschäftspartner

Die steuerliche Behandlung der Incentives beim Empfänger hängt davon ab, ob dieser die Zuwendung im Rahmen seiner selbstständig oder nichtselbstständig ausgeübten Tätigkeit erhält. Handelt es sich beim Empfänger um Geschäftspartner oder fremde Arbeitnehmer, führen die Incentives beim Empfänger zu steuerpflichtigen Einkünften. Eine Ausnahme hiervon ist die geschäftlich veranlasste Bewirtung.

Übernahme der Einkommensteuer durch den Zuwendenden

Die Besteuerung der Incentives beim Geschäftspartner steht häufig im Widerspruch

Nicht jede Veranstaltung, auf der Geschäftsfreunde unterhalten werden, erfüllt die Kriterien des Abzugsverbotes. Einer allzu weitreichenden Auslegung hat der Bundesfinanzhof in einer aktuellen Entscheidung (BFH-Urteil vom 13. Juli 2016 – VIII R 26/14) eine Absage erteilt. Im Entscheidungsfall hatte eine Rechtsanwaltskanzlei regelmäßig zu sogenannten Herrenabenden eingeladen. Im Wesentlichen bestanden die Herrenabende aus einem kleinen kulturellen Rahmenprogramm auf einer Bühne und Catering. Die Kosten hierfür lagen bei rund 70 Euro pro Person. Der Bundesfinanzhof war nicht davon überzeugt, dass die Durchführung der Herrenabende die Grenze des Üblichen überschritten hat und der Betriebsausgabenabzug deshalb zu versagen ist.

In der Regel allerdings wird es sich bei den Incentives um Geschenke handeln, die nur bis zu einer Höhe von 35 Euro pro Person und Kalenderjahr den steuerlichen Gewinn mindern. Übersteigen die Anschaffungs- oder Herstellungskosten der Geschenke 35 Euro pro Empfänger und Kalenderjahr, sind sie steuerlich nicht als Betriebsausgabe abziehbar und es entfällt der Vorsteuerabzug.

zu der beabsichtigten Pflege der Geschäftsbeziehungen. Um dies zu vermeiden, kann der Zuwendende die Einkommensteuer für den Zuwendungsempfänger gemäß § 37b EStG übernehmen. In diesem Fall bleiben die Zuwendungen bei der Ermittlung der Einkünfte außer Ansatz. Die Einkommensteuer des Empfängers für die Incentive-Maßnahme ist mit dem Pauschsteuersatz von 30 Prozent zusätzlich Solidaritätszuschlag und Kirchensteuer abgegolten. Die Entscheidung zur Übernahme der Einkommensteuer des Zuwendungsempfängers durch Pauschalierung ist freiwillig. Allerdings ist es nach den zahlreichen presswirksamen Steuernachforderungen gegen prominente Personen nicht unüblich, dass sich der Geschäftspartner bereits vor Annahme des Geschenks beziehungsweise der Einladung danach erkundigt, wer hierfür die Steuerlast trägt. Da eine Entscheidung gegen eine Übernahme der Einkommensteuer vor diesem Hintergrund häufig zu einer ernststen Störung der Geschäftsbeziehung führen kann, empfiehlt sich bereits bei der Planung und Durchführung der Incentive-Maßnahmen die Übernahme der Einkommensteuer zu bedenken.



Über den AUTOR

Frank Michel (Senior Manager) ist Steuerberater bei der KPMG AG in Berlin, berät eine Vielzahl von national und international agierenden Familienunternehmen im Bereich der Lohnsteuer.

Anzeige



Steigern Sie Ihre Attraktivität

Unsere kostenfreie Dienstleistung erreicht eine durchschnittliche Nutzungsquote von 74,19 % bei Betriebsrenten in Unternehmen.



Industriell hergestellten Futtermitteln fehlt es an hochwertigen Rohstoffen

David Friedemann im Gespräch mit Dorian Hubertus Tackenberg



Der Hund gilt als bester Freund des Menschen. Spiegelt sich dies auch in dem Wissen über Fütterung wider oder gibt es hier noch Nachholbedarf?

Bei Ihnen werden Hunde und Katzen zu artgerechten Genießern. Wie kam die Idee zu einem Unternehmen für Tiernahrung?

Dorian Tackenberg: Anfang der 1970er Jahre zogen meine Eltern von Hamburg nach Luhmühlen in die Nordheide, erwarben ihre ersten zwei Jagdhunde und wollten diese nicht mit bereits damals beworbenem Industriefutter ernähren. Hunde und Katzen sind Nachfahren überwiegender Fleischfresser und so kann eine artgerechte Ernährung für Hunde und Katzen nur auf Basis von rohem Fleisch und Innereien sein. Der Hund benötigt stets eine pflanzliche Ergänzung von rund 20 Prozent, die Katze ist ein reiner Fleischfresser. Schließlich wurden auf dem Hamburger Schlachthof Fleisch und Innereien gekauft, zu Hause portioniert und eingefroren. Das fanden Freunde so toll, dass sie meine Eltern darum baten, ihnen ebenfalls etwas zu besorgen. Schließlich musste eine Auslieferungstour aufgebaut werden, es folgte der Schritt in die Selbstständigkeit.

In Deutschland wird mehr Geld für Tier- als für Baby-nahrung ausgegeben

Tackenberg: Das Angebot für Tiernahrung im Fachhandel ist sehr groß. Weit über 100 verschiedene Marken werben um die Gunst des Verbrauchers, meist natürlich mit einer ansprechenden Verpackung und wundervollen Werbeaussagen. Daher werden häufig Trocken- oder Dosenfutter gefüttert. Diesen industriell hergestellten Futtermitteln fehlt es aber an hochwertigen Rohstoffen, natürlichen Vitaminen sowie gesunden Bakterien. Diese Bakterien benötigen Hunde, wie wir Menschen übrigens auch, für eine funktionierende Darmflora und für ein intaktes Immunsystem. Jahrzehntelange Einblendungen von professionellen Werbefilmen haben uns Verbraucher nur noch emotional abgefangen, nicht jedoch fachlich beraten. Der Wille nach einer gesunden Tierernährung ist bei Tierbesitzern sehr hoch. Es bedarf aber noch viel Beratung über die etwas aufwendigere, aber natürlichere Ernährung auf Basis von rohem Fleisch.

Info

Unternehmen: Tackenberg Handelsgesellschaft mbH

Schwerpunkt: Produktion und Vertrieb von artgerechter Tiernahrung

Mitarbeiter: 70

Sitz: Bardowick und Winsen an der Luhe

www.tackenberg.de

Jahrzehntelange Einblendungen von professionellen Werbefilmen haben uns Verbraucher nur noch emotional abgefangen, nicht jedoch fachlich beraten.





Ihr Unternehmen ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Welche Aussichten und Herausforderungen sehen Sie für die Zukunft?

Tackenberg: Allein in Deutschland leben rund acht Millionen Hunde und ungefähr zwölf Millionen Katzen. Der Markt lebt also von etwa 20 Millionen täglichen ‚Fressern‘ und es wird mehr Geld für Tier- als für Babynahrung ausgegeben. Ferner haben Hund und Katze heute eine feste Rolle als Familienmitglied inne, sie sind Sozialpartner und häufig Kindersatz. In den vergangenen vier Jahren konnten wir 60 Arbeitsplätze schaffen und erwarten auch in der Zukunft eine positive Entwicklung. Basis und Garantie hierfür bleibt allerdings stets unser hoher Anspruch an die Qualität. Eingesetzte Rohwaren, deren Verarbeitung, Distribution, Vermarktung und kundenorientierter Vertrieb müssen höchsten Anforderungen entsprechen.



Basis und Garantie hierfür bleibt allerdings stets unser hoher Anspruch an die Qualität. Eingesetzte Rohwaren, deren Verarbeitung, Distribution, Vermarktung und kundenorientierter Vertrieb müssen höchsten Anforderungen entsprechen.

Was sind häufige Fehler bei der Tierfütterung?

Tackenberg: Es wird bei unseren Haustieren noch immer gedacht, eine Fertigmischung, gleich ob Dosen- oder Trockenfutter, reicht für eine ausgewogene und gesunde Ernährung. Wir gehen auch nicht täglich zu McDonald´s, obwohl wir hier auch Cerealien, frischen Salat und ordentlich Fleisch für die tägliche Ernährung bekommen würden. Der liebe Gott hat entschieden, dass Hunde überwiegend Fleischfresser sind. Entscheidend bei der Nahrungswahl ist daher die Berücksichtigung des Verdauungsapparates sowie eine Stärkung und Unterstützung des Immunsystems. Viele Zivilisationskrankheiten wie Allergien beruhen lediglich auf einer sterilen und unnatürlichen Ernährung. Ein Hund benötigt sicher keinen täglich wechselnden Speiseplan, aber auch bei unseren vierbeinigen Lieblingen lohnen fünf Minuten der sorgfältigen Zubereitung. Übrigens macht auch das Zubereiten der Ernährung für den Hund oder die Katze in der Küche viel Freude und ist heute keine Last mehr.

Ein Hund benötigt sicher keinen täglich wechselnden Speiseplan, aber auch bei unseren vierbeinigen Lieblingen lohnen fünf Minuten der sorgfältigen Zubereitung. Übrigens macht auch das Zubereiten der Ernährung für den Hund oder die Katze in der Küche viel Freude und ist heute keine Last mehr.

Was bedeutet Genuss für Sie persönlich?

Tackenberg: Durch eine aufmerksame Wahrnehmung aller täglichen Ereignisse ist Genuss nicht auf wenige Dinge zu reduzieren. Erlebt man jeden Augenblick bewusst und intensiv, ist das ganze Leben ein Genuss. Selbstverständlich lässt sich dies in guter Gesellschaft und französischem Rotwein aber noch viel besser meistern.

Erlebt man jeden Augenblick bewusst und intensiv, ist das ganze Leben ein Genuss



THEMA GENUSS

Stimmen zu Genuss

Wir haben Familienunternehmer gefragt, welche Rolle Genuss in ihrem Unternehmen spielt und was Genuss für sie ganz persönlich bedeutet.



„Kein Genuss ist vorübergehend, denn der Eindruck, den er zurücklässt, ist bleibend“, hat Johann Wolfgang von Goethe gesagt.

Welche Rolle spielt Genuss in Ihrem Unternehmen?

Britta Hoffmann: Den Blick auf den Markt gerichtet, kann man behaupten, dass die Rohwaren, die wir vertreiben, eine Basis für Genuss darstellen, mit deren Hilfe unsere Kunden aus Lebensmitteln genüssliche Gerichte kreieren. Wir sind also im weiteren Sinne ein Dienstleister im Auftrag des Genusses. Nach innen gerichtet ist es mir wichtig, dass unser Team genussvoll arbeiten kann. Dazu gehört eine angenehme Arbeitsatmosphäre und ein wertschätzender Umgang. Und unsere kleine Teeküche, die am Nachmittag immer Treffpunkt für eine genussvolle Pause bei einem selbstzubereiteten Smoothie ist.

Yvonne Trübger: „Kein Genuss ist vorübergehend, denn der Eindruck, den er zurücklässt, ist bleibend“, hat Johann Wolfgang von Goethe gesagt. So geht es nicht nur den Kunden, die unsere Firma betreten, auch wir haben das große Privileg, uns berufsbedingt jeden Tag

mit Genuss auf höchster Ebene beschäftigen zu dürfen – mit Musik! Es gibt keine Sprache oder Form der Kunst, die das Herz und die Seele so direkt berührt wie die Musik. Für mich hat Genuss nicht etwas mit Konsum zu tun, sondern mit Erschaffen, mit dem einzigartigen Gefühl, das man während oder direkt nach einem kreativen Prozess erlebt.

Reinhold von Eben-Worlée: Ob Kräuter, Gemüse, Früchte, Gewürze, Pilze oder Tee, als Produzent und Veredler von hochwertigen natürlichen Rohstoffen, die wir zum großen Teil an Unternehmen der Lebensmittelindustrie liefern, spielt das Thema Genuss bei Worlée eine wichtige Rolle. Denn die Qualität unserer Produkte ist nicht nur abhängig von deren Reinheit, sondern auch von ihren sensorischen Eigenschaften wie Geschmack, Geruch und Optik. Der Konsument soll beim Verzehr der Fertigprodukte unserer Kunden einen kulinarischen Genuss erleben. Die Werthaltigkeit und hohe Qualität unserer Rohstoffe hat daher bei uns oberste Priorität. Nur so können wir Vertrauen bilden und bewahren.

Die Werthaltigkeit und hohe Qualität unserer Rohstoffe hat daher bei uns oberste Priorität. Nur so können wir Vertrauen bilden und bewahren.

Über die Befragten



Britta Hoffmann ist Geschäftsführende Gesellschafterin der Firma **MTG Foodtrading GmbH**, einem Importeur trendiger Lebensmittel aus Übersee.



Yvonne Trübger ist Inhaberin von **Pianohaus Trübger**. Seit 1872 bietet das Unternehmen vom Einsteigerpiano bis zum Konzertklavier alles rund um das Tasteninstrument.



Reinhold von Eben-Worlée ist Geschäftsführender Gesellschafter der Firma **E.H. Worlée & Co. (GmbH & Co.) KG**.



Thomas Sampl ist Spitzenkoch und Inhaber von **Smutjes Landgang, Regional Gastronomie Consulting** Thomas Sampl, **Hobenköök Catering, Bio Catering** Thomas Sampl

Thomas Sampl: Genuss ist für uns eine wichtiger Punkt in unserer Unternehmensphilosophie. Ohne Genuss wäre Essen nur zur Nahrungsaufnahme nötig und würde jegliche Form von Gastronomie überflüssig machen.

Hat sich Ihrer Meinung nach in den vergangenen Jahren etwas geändert?

Hoffmann: Das Leben wird immer schneller und unkalkulierbarer, die Ereignisse überschlagen sich. Um mithalten zu können, muss der Einzelne den stetig wachsenden Anforderungen mit immer mehr Effizienz und größeren Anstrengung begegnen. Alles muss immer sofort erledigt sein und Vieles muss gleichzeitig bearbeitet werden. Dabei bleibt heute oft keine Zeit mehr für das Innehalten, um die köstlichen Genussmomente zu genießen, die doch so wichtig für das Wohlbefinden sind.

Trübger: In meiner Wahrnehmung hat sich in den letzten Jahren in unserer Kundenklientel, speziell unter den Best Agern (50 plus), ein sensibles und ausgeprägtes Bedürfnis nach kreativem Genuss entwickelt. Es gibt eine große Bereitschaft, für einen guten Hörgenuss zu investieren. Diese Tendenz wird sicherlich noch so lange anhalten, bis die Generation der Platten- und CD-Hörer von der Generation der MP3-Hörer gänzlich abgelöst worden ist. Die Vermittlung von Hörgenuss bedingt eben auch, während der Lernphase durch ein geschultes Gehör von gut und schlecht unterscheiden zu lernen. Bei immer dünner werdenden Klangerfahrungen wird dieses vermutlich ein Privileg derjenigen bleiben, die bereits als Kind ein Musikinstrument erlernen dürfen. Wir arbeiten täglich daran, die Sensibilisierung für den musikalischen Genuss in unserer Gesellschaft stärker zu verankern.

von Eben-Worlée: Unsere Gesellschaft ist im ständigen Wandel. Verändertes Ernährungsverhalten beeinflusst die Lebensmittelindustrie und es tauchen immer wieder neue Trendthemen auf.

Ob Superfood, Good Fast Food oder Bio – viele Menschen genießen heute bewusster und möchten sich gesünder ernähren.

Beispielsweise hat sich das Image des Fast Foods in den letzten Jahren stark verändert. Das ehemals günstige Fast Food wird heute in renommierten Restaurants als Premium Fast Food mit hochwertigen, regionalen Zutaten angeboten. Superfoods wie Grünkohl, Aloe Vera oder Goji-Beeren sind aufgrund ihrer gesundheitsfördernden Wirkung aktuell das Trendthema Nummer Eins und in Smoothies, Snacks, Gebäck und vielen anderen Produkten eine wichtige Zutat.

Sampl: Das Essverhalten hat sich doch massiv geändert. Immer mehr Kunden wollen wissen, wo ihr Essen herkommt und wie es verarbeitet wurde. Es geht vielen auch um ein gesamtheitliches Konzept. Wenn wie bei uns Hamburger Küche gekocht wird, dann soll der Gast das nicht nur schmecken sondern auch bei seinem Event spüren, dass hier alles eine Wertigkeit hat.

Was bedeutet Genuss für Sie persönlich?

Hoffmann: Genuss bedeutet für mich, mir auch mal etwas zu gönnen und es mit allen Sinnen in mich aufzunehmen. Es muss gar nichts Großes sein. Eine Praline, in die ich voller Wonne beiße, die Sonntagszeitung, die ich nach einem ausgedehnten Frühstück ganz langsam und Seite für Seite lese. Und wenn ich es genau betrachte, dann ist der größte Genuss, genug Zeit für etwas zu haben, dem man sich voll und ganz widmen kann.

Trübger: Für mich persönlich ist der Genuss ein fragiler Moment, der einen tiefen, einzigartigen und immer bleibenden Eindruck hinterlässt.

von Eben-Worlée: Genuss ist für mich, die schönen Augenblicke auszukosten, die bei mir innere Zufriedenheit hervorbringen. Als Unternehmer bin ich beispielsweise viel unterwegs und auf Reisen. Daher nutze ich meine Freizeit, um diese gemeinsam mit meiner Familie und meinen Freunden zu genießen. Außerdem tragen köstliches Essen, eine interessante Lektüre, Sport oder gute Musik zu meinen persönlichen Genussmomenten bei.

Sampl: Für mich persönlich ist Genuss auch immer mit Geschmack verbunden. Produkte oder Gerichte, die lange nachschmecken, bleiben einem auch länger in Erinnerung. Der Genuss hält somit auch länger an.

Und wenn ich es genau betrachte, dann ist der größte Genuss, genug Zeit für etwas zu haben, dem man sich voll und ganz widmen kann.



So Clicquot, so responsible. www.massvoll-geniessen.de



CHAMPAGNE

Veuve Clicquot
 ■ REIMS FRANCE ■

Let life surprise you

NEUJAHRSEMPFANG

Erfolgreicher Start ins Neue Jahr

Am 16. Januar luden DIE FAMILIEN-UNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER zum traditionellen Neujahrsempfang in das Marriott Hotel. Rund 180 Gäste erlebten einen spannenden Abend und ein geselliges Miteinander. Zu Beginn wurden **Friedrich Görtz**, **Michael Moritz**, und **Fabian Gewalt** feierlich aus ihren langjährigen Ämtern als Landesvorsitzender und Regionalvorsitzende verabschiedet. Ihnen gebührt großer Dank für Ihren vorbildlichen Einsatz zugunsten unseres Verbandes. Unser neuer Landesvorsitzender, **Andreas Fischer-Appelt**, der neue Regionalvorsitzende DIE FAMILIENUNTERNEHMER, **Volker Ernst**, und die neue Regionalvorsitzende DIE JUNGEN UNTERNEHMER, **Vanessa Niemann**, stellten sich vor und brachten ihre Vorfreude auf die kommenden Aufgaben zum Ausdruck. Andreas Fischer-Appelt appellierte in seiner Rede an die Durchschlagkraft des Verbandes:

„2017 ist wieder ein wichtiges Wahljahr und es ist an uns, zu zeigen, wie stark der Mittelstand sein kann, wenn er sich artikuliert.“

Volker Ernst bekräftigte in seiner Rede den Willen, die Entwicklung Hamburgs zu einer Innovationshauptstadt in Europa tatkräftig zu unterstützen. Er betonte die Absicht, die Verbindungen zwischen Politik und Wirtschaft weiter zu intensivieren und den Austausch zwischen Hamburgs Wissenschaft und Wirtschaft zu verbessern. Vanessa Niemann betonte die Bedeutung des Aus-



tauschs: „Ich bin begeistert, im Verband Persönlichkeiten mit dem gleichen Mindset zu treffen. Dieser unternehmerische Austausch ist für mich unbezahlbar.“ Der Journalist, Fernsehproduzent und US-Verteidigungsexperte **Jay Tuck** beleuchtete als Keynote Speaker des Abends Chancen und Risiken von künstlicher Intelligenz. So werde künstliche Intelligenz bereits heute in der Medizin erfolgreich eingesetzt und erreiche in der Diagnostik und bei Operationen inzwischen bessere Ergebnisse als menschliches Wirken. Gleichzeitig stellte er aber auch sehr eindrücklich dar, welche Gefahren durch die Dominanz künstlicher Intelligenz im weltweiten Börsenhandel bestehen und wie Waffensysteme, die nicht mehr von Menschen kontrolliert werden, außer Kontrolle geraten können. Tuck stellte sein Buch „Evolution ohne uns“ vor und signierte es bereitwillig für die interessierte Leserschaft. Im Anschluss kamen die Gäste zusammen, um sich auszutauschen und gemeinsam den Abend bei einer sehr angenehmen und aufgeschlossenen Atmosphäre ausklingen zu lassen.

„Ich bin begeistert, im Verband Persönlichkeiten mit dem gleichen Mindset zu treffen. Dieser unternehmerische Austausch ist für mich unbezahlbar.“



FOTOS: TONI MOMTSCHEW



Tuck stellte sein Buch 'Evolution ohne uns' vor und signierte es bereitwillig für die interessierte Leserschaft



IM GESPRÄCH

Wenn die Qualität im Hals überzeugt, haben wir gewonnen

Gerd Rindchen ist bekannt für eine hervorragende Kompetenz bei der Auswahl von Weinen und somit ein ausgesprochen guter Vertreter für unser Titelthema Genuss. Bereits in jungen Jahren zog es den gebürtigen Pfälzer aus dem elterlichen Haus in Bremerhaven in die neue Wahlheimat Hamburg. Im Gepäck ein paar gute Tropfen, die er damals direkt bei Winzern probierte und kaufte, in der Garage der Eltern einlagerte und dank seines guten Verhandlungsgeschicks weiterverkaufen konnte. Seit der Eröffnung der ersten Filiale 1983 in der Hamburger City Nord ist viel passiert: Rindchen's Weinkontor ist mittlerweile ein kleines Imperium mit vielen eigenen Einzelhandelsgeschäften, bundesweit kooperierenden Partnerläden, einem Großhandlungssegment und dem Online-Handel.

Sie wollen Ihren Kunden stets das beste Preis-Genuss-Verhältnis anbieten. Wie gehen Sie bei der Umsetzung dieser Philosophie vor? Was ist Ihnen besonders wichtig?

40 Gerd Rindchen: Zum einen verfügen wir nach 40 Jahren im Weinbereich - los ging es bei mir tatsächlich schon im April 1977 - über ein tolles Netzwerk von erstklassigen Produzenten in aller Welt. Aktuell arbeiten wir mit Erzeugern aus 15 Weinbaunationen zusammen. Zum anderen sind wir an unseren Winzern extrem nah dran. Viele von ihnen besuchen wir, wenn die Weine im Fass probierfähig sind, wir erstellen die Cuvées gemeinsam und sichern uns die interessantesten Tropfen schon dann, wenn noch niemand anderes davon etwas mitbekommen hat. Viele Weine sind demzufolge exklusive Sonderfüllungen für uns. Zudem arbeiten wir gerne mit jungen, unbekanntem Winzern zusammen, auch aus Regionen, die weniger im Fokus stehen. Das Ganze ergibt dann ein immer wieder überraschendes Weinsortiment mit vielen Entdeckungen und einem



FOTOS: Toni Momtschew



hervorragenden Preis-Genuss-Verhältnis. Das haben unsere Kunden über die Jahrzehnte verstanden, und daran müssen wir uns täglich messen lassen - was wir sehr gerne tun.

Sie blicken auf ein erfolgreiches Firmenwachstum zurück. Worauf sind Sie besonders stolz?

Rindchen: Zum einen finde ich es immer wieder erfreulich und erstaunlich, wie viele extrem kompetente und den Menschen zugewandte Kolleginnen und Kollegen für uns arbeiten. Die Mannschaft in der Zentrale und die Teams in den Kontoren sind der wichtigste Garant für den nachhaltigen Erfolg und die Kundenzufriedenheit. Ursächlich dafür ist sicherlich auch, dass die Menschenführung bei uns in den Händen meiner Frau liegt, die das mit enormem Einsatz und großer

Die Mannschaft in der Zentrale und die Teams in den Kontoren sind der wichtigste Garant für den nachhaltigen Erfolg und die Kundenzufriedenheit.

Empathie ganz hervorragend macht. Zum anderen bin ich wirklich stolz auf unser Sortiment - und darauf, dass wir, obwohl unsere Durchschnittspreise deutlich unter denen des normalen Weinfachhandels liegen, sechs Mal in Folge beim weltweit wichtigsten Weinwettbewerb, der Berliner Weintrophy, zu „Deutschlands bestem Weinfachhändler international“ gewählt worden sind.

Ihre Ladengeschäfte heißen Weinkontore. Hier kann probiert werden und dabei steht eine fachkundige Beratung zur Seite, so dass der richtige Genusstropfen schnell gefunden ist. Wie transportiert man Genuss im Online-Handel?



Unternehmen:
Rindchen's Weinkontor GmbH & Co. KG

Schwerpunkt:
Einzelhandel mit eher unbekanntem Weinen mit exzellentem Preis-Genuss-Verhältnis stationär

Mitarbeiter: 95

Standorte:
Bönningstedt, Rellingen, Hittfeld, Lüneburg, HH-Uhlenhorst, HH-Groß Flottbek, HH-Sasel, HH-Eppendorf, HH-Fischmarkt (Outlet), HH-Eimsbüttel, München-Schlachthof, München-Nymphenburg, Grünwald, Berlin-Charlottenburg (Partnerkontor)

Versand unter:
www.rindchen.de

AUF DER SUCHE

Das Leben genießen –

familienexterne Nachfolge im Zuge eines Search Funds



Tim-Alexander Karuweit, 39, ist seit elf Jahren Unternehmer und seit neun Jahren Verbandsmitglied, zwei Jahre davon im Vorstand des Regionalkreises Nordrhein. Nach dem Verkauf, der von ihm gegründeten Startups ist er auf der Suche nach einem Unternehmen, in das er als Nachfolger einsteigen kann und startet zu diesem Zweck einen Search Fund.

Sie erreichen ihn unter: tim.karusseit@gmail.com



Dr. Vera-Carina Elter, Bereichsvorstand Familienunternehmen der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, befasst sich intensiv mit Nachfolgelösungen und hat dazu Herrn Karuweit befragt.



Welchen Herausforderungen begegnet aus Ihrer Sicht ein Unternehmer bei der Suche nach einem passenden Nachfolger?

Karuweit: Am Anfang ist unklar, an wen man sich überhaupt wenden soll. Häufig wird der Steuerberater, Wirtschaftsprüfer oder die Hausbank angesprochen. Da ein Unternehmensverkauf im Normalfall streng vertraulich bleiben soll, sind die Möglichkeiten, offen darüber zu sprechen, begrenzt. Sehr wichtig ist, dass die Chemie zwischen Unternehmer und Nachfolger stimmt. Denn letztendlich vertraut der Unternehmer dem Nachfolger sein Lebenswerk an.

Im Hinblick darauf, dass der Unternehmer sein Lebenswerk in sichere Hände geben möchte, welche Möglichkeiten der Unternehmensnachfolge sehen Sie im Markt?

Karuweit: Neben der klassischen familieninternen Nachfolge gibt es die Modelle des MBO (Management-Buy-Out) oder MBI (Management-Buy-In). Bei einem MBO übernehmen Mitarbeiter, in der Regel leitende Angestellte oder die Geschäftsführung, das Unternehmen. Im Zuge eines MBI übernehmen unternehmensfremde Manager. Des Weiteren kämen bei Interesse des Unternehmers ebenfalls Finanzinvestoren, Family Offices oder strategische Investoren als Nachfolgekandidaten in Frage.

Eine Form des MBI ist der sogenannte Search Fund, was verbirgt sich hinter diesem Begriff?

Warum haben Sie sich nach der Gründung von zwei Startups für das Thema Nachfolge entschieden?

Tim-Alexander Karuweit: Meine Leidenschaft ist das Unternehmertum. Ich habe vor ein paar Wochen beim Spielen mit meinem Neffen einen alten Bauklotz von mir gefunden, auf dem steht ‚Tim´s Firma AG GmbH und Ko KG‘. Da muss ich zehn Jahre alt gewesen sein und wollte schon Unternehmer sein, ohne den Begriff und korrekte Rechtsformen zu kennen. Nach dem Verkauf meiner Anteile an zwei Unternehmensgründungen möchte ich als Nachfolger ein existierendes, inhabergeführtes Unternehmen weiter voranbringen.

Meine Leidenschaft ist das Unternehmertum

Nachfolge ist in aller Munde, wie schätzen Sie die aktuelle Situation ein?

Karuweit: Der Titel des DIHK-Reports zur Unternehmensnachfolge beschreibt dies ziemlich treffend: Rekordhoch an Senioren, Rekordtief an Nachfolgern. Zum einen steigt seit Jahren die Anzahl der zu übergebenden Unternehmen. Die Babyboomer-Generation hat seit den 50er-Jahren eine Vielzahl von erfolgreichen Unternehmen aufgebaut. Die umgedrehte Alterspyramide verstärkt diesen Effekt noch zusätzlich. Zum anderen sinkt die Zahl der interessierten Nachfolger. Viele potentielle Nachfolger gründen lieber ein eigenes Startup oder gehen beruflich ganz andere Wege. Die automatische familieninterne Nachfolge ist ein Auslaufmodell.

Ich glaube, dass wir unserem selbstgesteckten Anspruch, den Menschen das beste Preis-Genuss-Verhältnis beim Wein zu bieten, tatsächlich gerecht werden.



Rindchen: Zum einen sind wir das bundesweit wohl am besten gelebte Beispiel für Multichannel-Vermarktung im Weinbereich. Viele Online-Kunden haben vorher mal die ausführliche Beratung und Verkostung in einem der Kontore genossen und sich dort ihre Lieblingstropfen erwählt. Zum anderen liefern wir außerordentlich detaillierte Weinbeschreibungen und Erzeugerportraits, die schon im Netz eine gute Vorstellung davon vermitteln, was die Genießer anschließend im Glas erwartet. Zudem versuchen wir, Versandkunden über stark rabattierte Angebotspakete neugierig zu machen. Wenn dann die Qualität im Hals überzeugt, haben wir gewonnen.

Rindchen's Weinkontor ist stetig gewachsen. Sicherlich gab es dabei auch Hürden zu meistern. Verraten Sie uns, mit welchen aktuellen Themen und Herausforderungen Sie sich beschäftigen?

Rindchen: Im Online-Markt tobt ein außerordentlich heftiger, teilweise mit viel Venture Capital unterlegter Verdrängungswettbewerb. Hier zu bestehen, ist eine echte Herausforderung. Ansonsten ist es eine große Aufgabe, auch weiterhin kompetente Mitarbeiter zu bilden und zu binden.

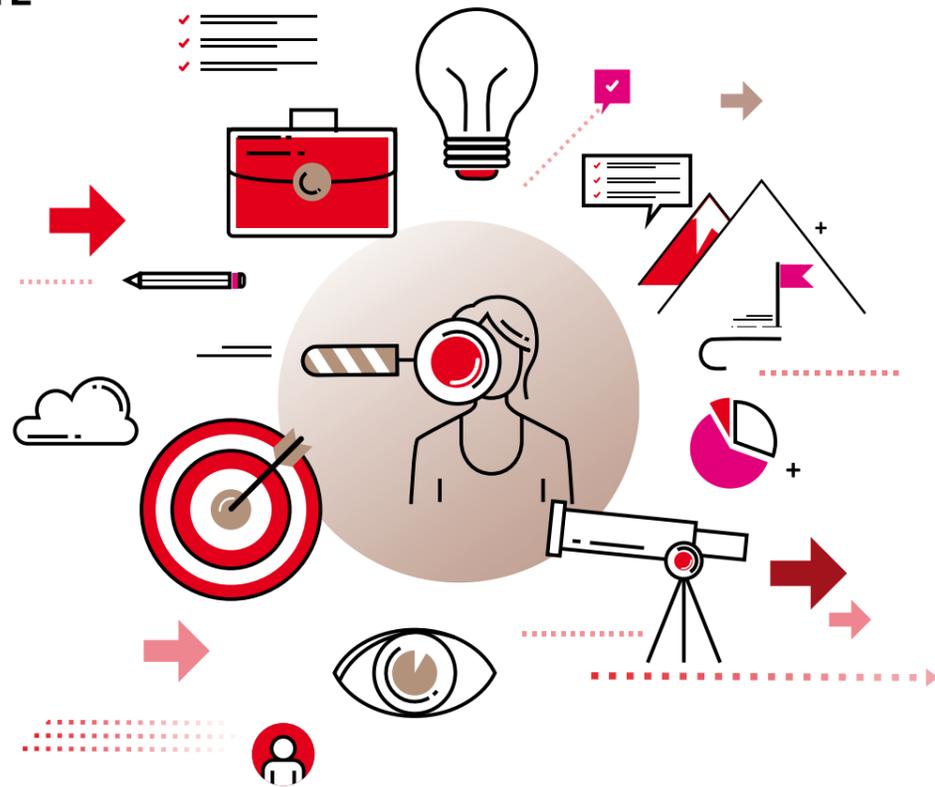
Der Genuss ist Teil Ihrer Erfolgsgeschichte. Haben Sie einen Geheimtipp für unsere Leser?

Rindchen: Ein Wein, der im Moment einfach glücklich macht, ist der Grüne Veltliner ‚Urkristall‘ von unseren langjährigen Wegbegleitern Alfred und Leo Maurer aus dem Weinviertel. Eine unglaublich animierende Frühlingswiese im Gaumen! Und wer ein Geschäfts- oder Privatessen in der Stadt hat, dem empfehle ich die geblähten Sushi mit Jakobsmuscheln, den koreanischen Schweinebauch oder die legendären Teigtaschen ‚Jaoze‘ im Red Chamber in der Schauenburgerstraße.



AUF DER SUCHE

„Neben dem Auffinden eines attraktiven Nachfolge-Unternehmens und der erfolgreichen Übernahme ist das Hauptziel, aus etwas Großem etwas noch Größeres zu machen.“



Karußeit: Das Modell Search Fund wurde Mitte der achtziger Jahre an der Universität Harvard entworfen und dann von Harvard und Stanford weiterentwickelt. In den letzten Jahren kam es nach Europa und auch nach Deutschland. Ein Search Fund soll das Nachfolgeproblem eines Familienunternehmens lösen. Das Modell sieht vor, dass einem jungen, gut ausgebildeten Unternehmer mit Hilfe von privaten Investoren der Kauf und die Übernahme der Geschäftsführung eines ausgewählten Unternehmens ermöglicht wird. Ein Search Fund sucht gesunde, profitable Unternehmen mit einem Umsatz zwischen fünf und 30 Millionen Euro.

Wie genau funktioniert ein Search Fund?

Karußeit: Der Firmenkauf im Zuge eines Search Funds gliedert sich in zwei Abschnitte, die Suchphase und die Übernahmephase. In der bis zu zwei Jahren andauernden Suchphase erhält der Nachfolgeunternehmer von privaten Investoren, zumeist selber auch Unternehmer, Geld, um die Kosten der Suche (Reisekosten, Due Diligence, Rechtsberatung etc.) sowie seinen Lebensunterhalt zu finanzieren. Sobald ein Unternehmen identifiziert ist, haben die Investoren die Möglichkeit, sich am Kauf zu beteiligen. In der Übernahmephase wird der Nachfolgeunternehmer Geschäftsführer im erworbenen Unternehmen, der Senior-Unternehmer steht idealerweise als Berater weiterhin zur Verfügung.

Was ist das Ziel eines Search Funds?

Karußeit: Neben dem Auffinden eines attraktiven Nachfolge-Unternehmens und der erfolgreichen Übernahme ist das Hauptziel, aus etwas Großem etwas noch Größeres zu machen. Dies geschieht durch verschiedene Methoden wie Ausweitung der Vertriebsaktivitäten, Internationalisierung, Schärfung der internen Prozesse, Zukäufe von weiteren Unternehmen oder Digitalisierung.

Welche Vorteile bietet der Search Fund für einen Unternehmer?

Karußeit: Der Unternehmer weiß, was mit seinem Lebenswerk, an dem ja sein Herz hängt, passiert. Er lernt seinen Nachfolger in der Kaufphase intensiv kennen und weiß, dass ein Unternehmer und kein angestellter Manager eines internationalen Fonds die Geschäftsführung übernimmt und sich vor Ort einbringt. Ziel ist, dass das Unternehmen weiter unabhängig bestehen bleibt und langfristig fortgeführt wird. Der Unternehmer ist überzeugt, dass sich der Nachfolger voll auf sein ehemaliges Unternehmen konzentriert und dessen Wachstum und Weiterentwicklung im Vordergrund steht. Der Nachfolger geht mit großer Leidenschaft in die unternehmerische Herausforderung und ist auf die Unterstützung von Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten angewiesen.

Ein Search Fund gibt den Werten eines Unternehmens eine langfristige Perspektive und neue Impulse.

Dem Search Funder, der das Unternehmen nach dem Kauf als Geschäftsführender Gesellschafter führt, steht mit seinen Investoren ein Team aus Unternehmern und Führungspersönlichkeiten mit großer Erfahrung zur Seite. Neben dem informellen Austausch wird häufig ein Beirat installiert.

Was verbindet Senior-Unternehmer und Nachfolgeunternehmer?

Karußeit: Unternehmer und Search Funder teilen die gleichen Werte und es verbindet ein hohes Maß an Vertrauen. In der Suchphase steht Diskretion und Vertraulichkeit im Vordergrund. Im Optimalfall können sich aufgrund des Altersunterschieds sehr persönliche Beziehungen ergeben, teilweise sogar ähnlich einer väterlichen Situation.

Wo stehen Sie mit Ihrem eigenen Search Fund?

Karußeit: Aktuell führe ich Gespräche mit Investoren zur Finanzierung der Suchphase und baue mir gleichzeitig ein Netzwerk für die

Suche nach passenden Unternehmen auf. Hier spreche ich mit Unternehmensvermittlern, Verbänden, der Handelskammer Hamburg und anderen Handelskammern. Ziel ist, bis Juni meinen Search Fund gestartet zu haben und dann voll in die Suchphase, die bis zu zwei Jahre dauern kann, einzusteigen. Dabei suche ich bundesweit ein Unternehmen, mit dem schon genannten Umsatz, einer in den letzten Jahren konstant positiven Ertragslage und einer guten Wachstumsperspektive. Hinsichtlich der Branche bin ich sehr offen.

Thema des Heftes ist ja Genuss, wie kann der Unternehmer nach dem Verkauf sein Leben genießen?

Karußeit: Der Unternehmer kann beruhigt in den Ruhestand gehen und seine Freizeit in Form von Hobbies oder Ehrenämtern voll genießen oder beruflich eine neue Perspektive als Beirat oder Berater starten. Der Jungunternehmer ist auf diese Hilfe oftmals angewiesen. Nicht zuletzt bietet das Modell des Search Fund für den Unternehmer viele Wahlmöglichkeiten, wie er sich weiterhin in das Unternehmen einbringen möchte. Gemeinsam wird ein individuelles Übergabekonzept erarbeitet. Die Individualität eines jeden Search Fund ermöglicht diese Flexibilität bei der Nachfolgegestaltung.

Ziel ist, bis Juni meinen Search Fund gestartet zu haben und dann voll in die Suchphase, die bis zu zwei Jahren dauern kann, einzusteigen.

Info

Weiterführende Infos:

Search Funds
www.search-fund-modell.de

IESE Studie zu Search Funds
www.iese.edu/research/pdfs/ST-0357-E.pdf

DIHK Report zur Unternehmensnachfolge
www.dihk.de/themenfelder/gruendung-foerderung/unternehmensnachfolge/umfragen-und-prognosen/umfrage-unternehmensnachfolge

KPMG Studie zur Unternehmensnachfolge
home.kpmg.com/de/de/home/themen/2016/12/vom-thronfolger-zum-perfect-match.html

Anzeige

Messebau und Service
seit 1978



Familienunternehmen

haben bei uns einen ganz besonderen Stand.



www.mdsmessebau.de

VOR ORT **BERICHT**

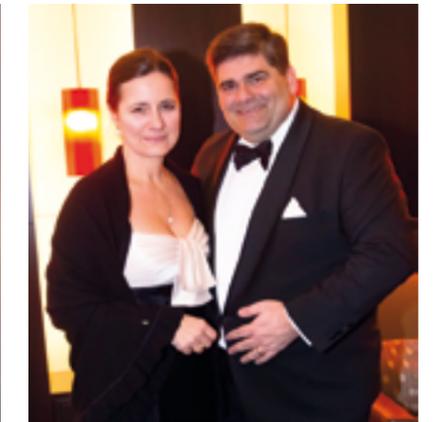
Genussreicher Traditionsbruch

21. Ball der Familienunternehmer

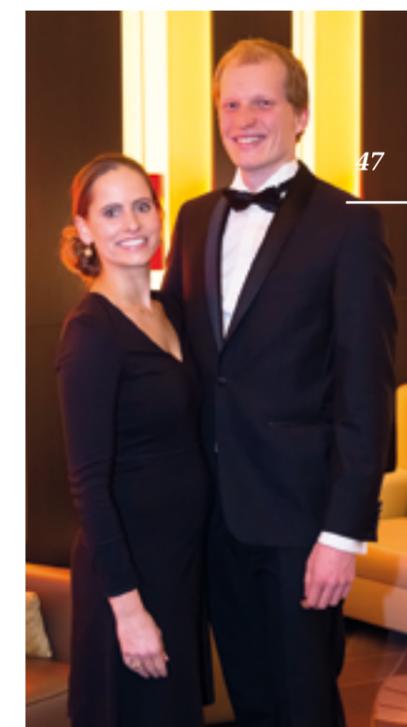
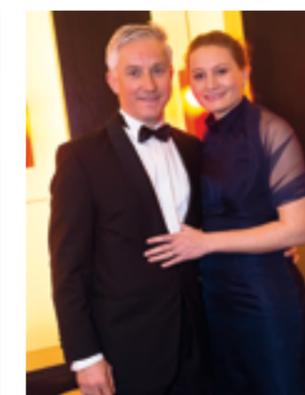
von Malte Wettren

Über 100 Unternehmer und Unternehmerinnen feierten im Februar den traditionellen Ball der Familienunternehmer, der in diesem Jahr seinen 21. Jahrestag feierte. Und nachdem 20 Jahre lang das Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten den Ball beherbergte, wurde diese Tradition nun gebrochen und die Organisatoren **Annegret Weitkämper-Krug** und **Malte Wettren** luden erstmalig im Namen von DIE FAMILIEN-UNTERNEHMER und DIE JUNGENUNTERNEHMER in das, durch die Hilton Gruppe stilvoll renovierte und altehrwürdige Grandhotel des frühen 20. Jahrhunderts, den Reichshof Hamburg, ein. Der Wechsel der Wirkungsstätte sollte aber nicht der einzige Traditionsbruch bleiben. Auch die altehrwürdige Damenrede des Balls wurde geopfert, stattdessen unterhielten gleich zwei Damen mit ihren Reden die Gäste. Das hervorragende Drei-Gänge-Menü

war ein Genuss für die Ballteilnehmer. So wurde direkt nach einem kleinen Gruß aus der Küche mit der Vorspeise gestartet, Trüffelravioli mit Butterschaum und wilden Vitaminen. Anschließend lauschten alle der Eröffnungsrede von **Vanessa Niemann**, Regionalvorsitzende von DIE JUNGEN UNTERNEHMER Hamburg, die in ihrer Rede zwar anmerkte, dass es ihr schwer falle, vor vielen Menschen zu reden, ihre Rede aber genau das Gegenteil bewies. Es folgte der Hauptgang, Navet Rübchen, knackige Zuckererbsen und eine rotschalige Kartoffel „Valerie“ mit einer Variation von Sous-vide gegarter Poulardenbrust und gebratener Fjordforelle aus Norwegen. Vor der reichhaltigen Nachspeise bestehend aus Creme Catalan, weißem Schokoladeneis, Orangenhippe, Wellnesspraline, Ananas „Super Sweet“ und Luftschokolade betonte **Birgitt Ohlerich**, Landesvorsitzende des VdU Hamburg und Schleswig Holstein,



FOTOS: TONI MOMTSCHEW



47





in ihrem Gastbeitrag den wichtigen Zusammenhang der Wirtschaftsverbände, passenderweise hatte der VdU ebenfalls zu diesem Ball eingeladen. So war es also nicht verwunderlich, dass die Herren nicht nur bei den Reden unterrepräsentiert waren, die weiblichen Ballgäste stellten über 60 Prozent der Teilnehmer und so war zu später Stunde die Tanzfläche natürlich schnell gefüllt.

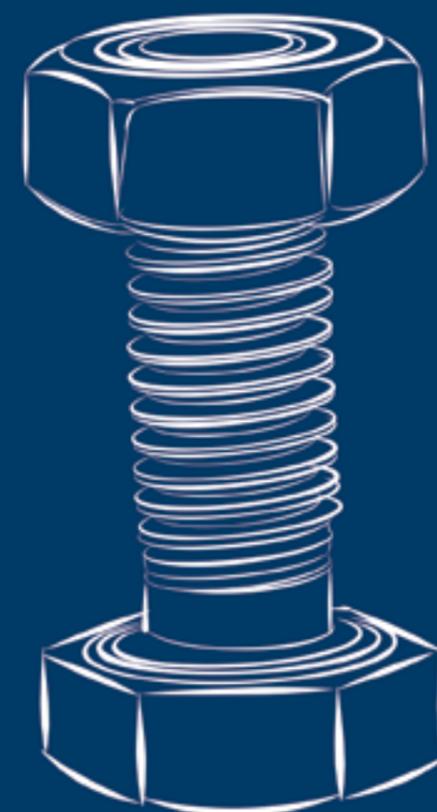
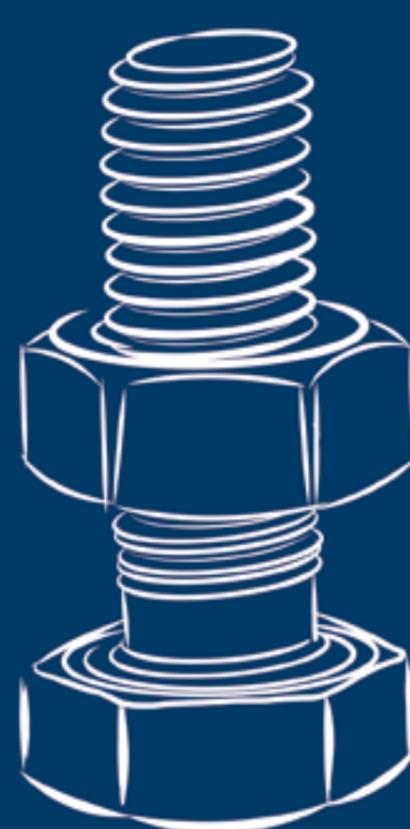
Die weiblichen Ballgäste stellten über 60 Prozent der Teilnehmer und so war zu später Stunde die Tanzfläche natürlich schnell gefüllt.

Ein Höhepunkt war die Tombola, bei der, Dank der vielen Sponsoren, unter anderem zugunsten des Startup Teens Netzwerk e.V. mehr als 150 Preise verlost wurden. Der Hauptpreis, ein Solitär-Anhänger aus 18k-Weißgold mit zwölf 0.36k-Diamanten im Wert von knapp 2.000 Euro wurde von **Phillip Klinkow**, Geschäftsführer **Wempe Mönckebergstraße**, persönlich an die Gewinnerin **Dr. Christine Hoffschmidt** übergeben. Aber auch **Konstantin Bissias** von **La Corfea**, der allen Teilnehmern ein Begrüßungsgeschenk seiner Naturkosmetik zur Verfügung stellte, konnte sich über einen Gutschein im Wert von 1.000 Euro von **Schütt Optik** freuen, dem ihn **Kevin Schütt** aushändigte. Der dritte Hauptpreis war speziell für Unternehmer attraktiv: Für 400 Euro stellte **TAXiAD** Medialeistungen ihrer digitalen Taxi-Dachwerbung zur Verfügung. Auf Taxen mussten die Teilnehmer am Ende der langen Ballnacht übrigens nicht zurückgreifen. Sie wurden mit dem exklusiven Shuttle der **Porsche Zentren Hamburg** nach Hause gebracht.



akf bank
der finanzpartner

Wir finanzieren Leidenschaft





21. BALL DANKESCHÖN

Unser Dank gilt folgenden Tombola-Spendern:



Fotos:
Toni Momtschew

Weitere Bilder &
Bestellung unter:

[www.momtschew.de/
unternehmerball-2017](http://www.momtschew.de/unternehmerball-2017)



Genuss kommt von Nutzen

Beteiligungsformen jenseits des Genussscheins

von Dr. Reiner Brüggelstrat
und Karen Gruel

„Der eine hat Genuss, der andere hat Verdruss.“ Spätestens seit der drohenden Pleite des Windkraftunternehmens Prokon ist die risikobehaftete Beteiligungsform des Genussscheins ins Portfolio-Abseits von Anlegern gerückt. Eine gute Beratung bietet Unternehmern vielfältige Finanzierungsmöglichkeiten – inklusive einer optimalen Strukturierung von Eigen- und Fremdkapital.

Dabei kommt der genossenschaftlichen Beratung eine unmittelbare Rolle zu. Der Begriff ‚genießen‘ hatte ursprünglich eine wesentlich weitgehendere Bedeutung im Sinne von ‚etwas nutzen‘ oder ‚etwas benutzen‘. Das mittelhochdeutsche ‚geniesz‘ bezeichnete die ‚gemeinsame nutznießung‘. Daraus abgeleitet ist auch das Wort ‚Genosse‘ als Bezeichnung für das Mitglied einer Gemeinschaft, die gemeinsam etwas nutzt – und auch genießt. Die gesellschaftliche Zusammenarbeit zum gegenseitigen Vorteil ist bei einer Genossenschaftsbank per Satzung festgelegt und unmittelbar mit ihrem Förderauftrag verbunden: Als Hamburger Volksbank richten wir unseren Unternehmenszweck auf den langfristigen Erfolg unserer Mitglieder, Kunden und die Metropolregion Hamburg aus.

Genuss durch gute Beratung

Der Nutzen für den Hamburger Mittelstand liegt in einer hohen Kompetenz in der Beratung, in der regionalen Nähe und in der umfassenden persönlichen Begleitung in allen Unternehmensphasen. Dazu gehört es, passgenaue und damit attraktive Gestaltungs-

möglichkeiten der Finanzierung sowie der Strukturierung von Eigen- und Fremdkapital aufzuzeigen – jenseits des gesetzlich nicht geregelten Genussscheins oder ähnlicher Instrumente der Mezzanine-Finanzierung. Wichtig sind ebenso verlässliche Hilfestellungen bei der Beantragung von Förderungen für Investitionsmaßnahmen zum Beispiel für die Existenzgründung oder für Forschung, Entwicklung und Innovationsförderung. Die unterschiedlichen Fördermöglichkeiten wurden in den vergangenen Jahren für den Unternehmer immer komplexer und schwieriger zu überblicken, da sich die Struktur von möglichen Fördermitteln von der EU-Ebene über die Bundesebene auf die regionale Ebene des jeweiligen Bundeslandes erstreckt. Daraus resultieren unterschiedliche Antragswege und Bewilligungsstellen für die Mittel. Als Sparringspartner für Zukunftsplanungen und lösungsorientierte Mitgestalter nutzen wir hierfür unser breites Netzwerk in Hamburg. So profitieren Unternehmer durch unsere enge und kundenorientierte Zusammenarbeit mit der Hamburgischen Investitions- und Förderbank (IFB), der Bürgschaftsgemeinschaft Hamburg oder der Beteiligungsgesellschaft Hamburg.

Durch die Erfüllung unserer realwirtschaftlichen Basisfunktionen – eine nachhaltige Kreditversorgung, einem sicheren Zahlungsverkehr, einer sicheren Anlage von Ersparnissen, einer qualitativ hochwertigen Wertpapierberatung, und die Unternehmens- inklusive Finanzberatung – stärken wir die regionalen Wirtschaftskreisläufe und beleben unser spezifisches Vertrauensverhältnis zum Hamburger Mittelstand. Der Genuss des Unternehmers ist somit unsere volkswirtschaftliche Aufgabe als Genossenschaftsbankueer Mitglieder in der Verbandsarbeit.

Info

Mit 38 Filialen und über 120 Standorten lebt die Hamburger Volksbank ihr Motto ‚Man kennt sich‘ als partnerschaftliches Geschäftsprinzip und Leistungsversprechen. Als Bank vor Ort kennt sie die Unternehmen der Metropolregion Hamburg sowie die lokalen Wirtschaftsstrukturen sehr genau. Mit einem Kompetenzteam von über 30 Beratern und Spezialisten aus dem genossenschaftlichen Finanzverbund bietet sie maßgeschneiderte Lösungen in allen Phasen der Unternehmensentwicklung. Durch eine verantwortungsvolle Geschäftspolitik erzielt die Genossenschaftsbank nachhaltige Erfolge und verfügt über stabile Wachstumsspielräume für die Investitionsvorhaben ihrer Kunden und Mitglieder. Seine expansive Strategie setzte das Institut im Geschäftsjahr 2016 im Ausbau des Kreditgeschäfts sehr erfolgreich fort.

www.hamburger-volksbank.de



Bei Rückfragen

Wenden Sie sich bitte an:

Heidi Melis
Hamburger Volksbank
Hammerbrookstraße 63-65
20097 Hamburg

Tel.: 040 – 30 91 – 90 49
Fax: 040 – 30 91 – 90 48
heidi.melis@hamvoba.de

Anzeige

LABORATO

➔ Zuviel des Guten kann wunderbar sein. Mae West

Markenkommunikation und Design für mittelständische Unternehmen.



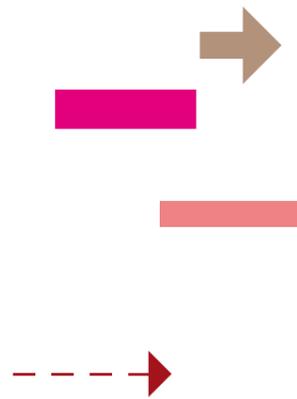
Mehr erfahren: www.laborato.de
Ihr Ansprechpartner im Verband: David Friedemann
Telefon: 040 / 72 96 90 21
Colonnaden 46 · 20354 Hamburg

HÖRENSWERT

Klanggenuss Elbphilharmonie

Einem einfachen Opern- und Konzertabo der Hamburger Staatsoper sei Dank, konnten wir am dritten Eröffnungsabend der Elphi die Uraufführung von Jörg Widmanns „Arche“ genießen. Aber von Anfang an.

von Dr. Björn Castan



Reist man mit dem Auto an, stellt man zunächst verwundert fest, dass das Parkhaus der Elbphilharmonie nicht mit dem Konzertbereich verbunden ist. Also fahren wir vom Parkhaus erst einmal zum Erdgeschoss zurück, um zum eigentlichen Haupteingang zu gelangen, der zu der bereits legendären Rolltreppe führt. Diese transportiert die gespannte Gästeschar zuverlässig auf die Höhe der Aussichtsplattform. Der Blick von dort über die Elbe und die Landungsbrücken ist in jedem Fall ein Genuss für die Augen. Einige edelhölzerne Treppenstufen später stehen wir dann im großen Saal der Elbphilharmonie. Er sieht genauso aus wie auf den vielen Facebook-Selfies, die wir schon gesehen hatten, nur noch imposanter. Schon der scheinbar nicht enden wollende Einmarsch der Künstler zeigt dann, dass hier eine Aufführung in einer bislang in Hamburg noch nicht erlebten Dimension bevorsteht. 150 Musikern, 150 Mitgliedern des Erwachsenenchores und einem 40-köpfigen Kinderchor könnte kein anderes Hamburger Haus gleichzeitig eine Bühne bieten.

Tosender Applaus, als Meister Kent Nagano den Saal betritt. Gewohnt professionell und mit viel Leidenschaft dirigiert Nagano die monumentale Künstlerschaft durch die Geschichte der Schöpfung und der Arche Noah. Das Zusammenspiel des Orchesters mit dem Chor in diesem besonderen Raumklang sorgt für manche Gänsehaut. Als schließlich ein Junge zum Solo ansetzt, laufen auch einigen Herren Tränen der Rührung über die Wangen - magische Momente. Zum Schluss nicht enden wollende stehende Ovationen von einem restlos begeisterten Publikum.

Peter Jungblut, Kritiker des Bayrischen Rundfunks, beschreibt seine Sicht wie folgt: „Steril ist der Klang im viel gefeierten Saal nicht, aber sehr direkt, übergenu, schnell, scharf, dafür beneidenswert wortverständlich.“ Ich weiß zwar nicht, was das bedeutet, es klingt aber positiv. Uns hat der Klang einfach nur sehr gut gefallen. Hamburg hat mit der Elphi eine herausragende neue Attraktion, die ich jedem kulturell Interessierten wärmstens empfehle.



Anzeige

MESSE | GRAFIK .de

Produkte + Services
für den perfekten
Firmenauftritt.



• Textildruck
z.B. Hängebanner, Rundbanner,
Textilkube, Leuchtkästen



• Mobile Messestände



• Mobile Präsentationssysteme

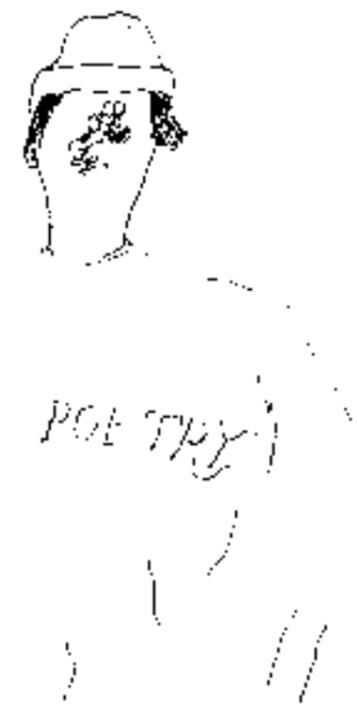
- Bedruckte Messewände
- Digitaldruck / Folienplott
- Fahrzeugbeschriftung
- Schilder / Leinwanddruck
- Leuchtkästen / Leuchtwände



Ihre Ansprechpartnerin
im Verband: Vanessa Niemann

KÜNSTLER HAUTNAH

In der letzten Ausgabe stellten wir Ihnen an dieser Stelle den Zero-Altmeister Herman de Vries vor. Mit Stefan Marx suchte Rene S. Spiegelberger dieses Mal einen Künstler an seiner Wirkungsstätte auf, der in Hamburg nur ausgeprägten Kulturmuffeln fremd sein dürfte, denn spätestens mit der künstlerischen Umsetzung zahlreicher Außenauftritte des Thalia-Theaters ist er zwischen Alster und Elbe omnipräsent. Marx ist nicht nur ein begnadeter Typograph mit ikonographischem Stil, sondern auch als Zeichner ein präziser Beobachter. Warum er in besonderer Form prädestiniert ist, das Gespräch mit Hamburger Unternehmer zu führen, beantwortet er sehr schlicht damit, dass er selbst einer ist. Ein Apell bleibt ihm schon deshalb an exponierter Stelle nicht verwehrt: Der Aviation-Fan Stefan Marx möchte, wie vor ihm beispielsweise schon Keith Haring oder Jim Avignon, ein Flugzeug gestalten.



Ich würde gerne noch mehr Unternehmer sein

Ateliergespräch mit Stefan Marx

von Rene S. Spiegelberger



Stefan, mit der Lousy Livin Company unterhältst du ein eigenes Fashion-Label. Startkapital waren 500 Mark, die dir deine Schwester borgte, als du 17 warst. Den Laden gibt es noch heute und er ist kein bisschen unerfolgreich. Bist du ein Unternehmer?

Stefan Marx: Ja, ich bin tatsächlich ein Unternehmer und ich würde vielleicht auch gern noch mehr Unternehmer sein. Ich hab mein T-Shirt-Label The Lousy Livin Company mit 16 oder 17 gegründet. Vorher hatte ich T-Shirts einfach so bezeichnet, das waren dann wirklich Originalzeichnungen in Auflage. Irgendwann habe ich herausgefunden, dass man ja T-Shirts auch bedrucken kann. Siebdruck war mir bis dato fremd. Das hat dann natürlich eine professionelle Siebdruckerei gemacht, die dafür entlohnt werden wollte.

Meine Schwester fing gerade in ihrem ersten Job an und hat mir dann 500 Mark geborgt. Meine Eltern hätten das sicher auch gemacht, aber es war irgendwie so lustig mit meiner Schwester. Dann hab ich die erste Auflage drucken lassen und auf dem Schulhof verkauft und in zwei Skateshops in Kassel und Hamburg.

Was macht für dich Hamburg aus? Welche künstlerischen Impulse bietet es? Helfen dir der Hafen und sein Tor-zur-Welt-Status, zwischen Internationalität, Kiez und hanseatischer Tradition?

Marx: Also ich bin tatsächlich gern in Hamburg, muss aber auch sagen, dass es eigentlich für mich immer mehr einen Provinzstatus bekommt. Wenn man sich allein den Flughafen anschaut, ist es Null das Tor zur Welt. Was sehr schade ist, weil ich den Hamburger Flughafen in vielen Bereichen fantastisch finde. Aber ich bin nicht so wasseraffin. Der Hafen hat irgendwas, aber gibt mir persönlich wenig. Sonst bin ich gern in Hamburg wegen Freunden, Familie und den tollen Leute, die mich in der Kunst begleitet haben oder immer noch begleiten und mir auch viele Dinge gezeigt und verständlich gemacht haben.

Dann hab ich die erste Auflage drucken lassen und auf dem Schulhof verkauft.

Künstlerbücher spielen in deinem Werk eine große Rolle. Wir haben gerade einmal durchgeschaut und du hast rekapituliert, dass es über 50 davon gibt, die du seit 2003 aufgelegt hast, teilweise in kleinen Editionen. Warum ist es dir ein Anliegen, dieser etwas in Vergessenheit geratenen Kunstgattung zu neuer Blüte zu verhelfen?

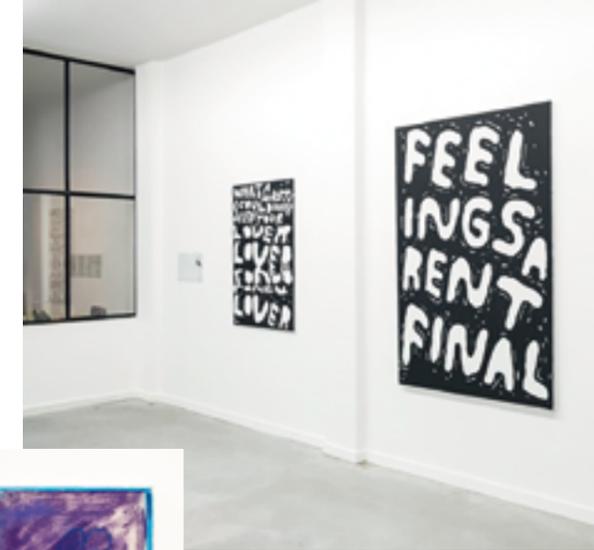
Marx: Das ist ein Medium, das extrem demokratisch ist, das man ganz einfach herstellen kann und sich für meine Art der Arbeit fantastisch eignet. Ich habe den Zugriff oder das Verständnis dafür durch die Skateboard-Kultur bekommen. Ich bin ja in den 90er-Jahren in der Prä-Internetzeit aufgewachsen und man hat sich über Zines, das sind in Skateshops kopierte Hefte, ausgetauscht. Es gab natürlich kommerzielle Magazine, aber auch Fan-Zines, die am Kopierer in einer kleinen Auflage hergestellt wurden. So kam ich auch mit Zines in Verbindung, die von Künstlern gemacht wurden. 2003 habe ich mein erstes Heft gemacht, das nur aus Zeichnungen bestand und ein Siebdruck-Cover hatte. Darüber habe ich den Schweizer Verleger Benjamin Sommerhalder vom Verlag Nieves in Zürich kennengelernt. Ich hab mich dann mit ihm ausgetauscht, ihm meine Arbeiten geschickt und er hat mich eingeladen, ein eigenes Heft zu machen. Seitdem arbeite ich mit ihm zusammen. Über 20 meiner Veröffentlichungen sind mit Nieves entstanden.



Stefan Marx in seinem Atelier

Du hast in deiner Arbeit, wenn es nicht um die typografischen, klassischen Sachen geht, Spaß an All-Overs, an flächendeckenden Motiven, die sich fortsetzen. Gibt es für dich Themen, die dich im Bereich Produktdesign, im angewandten Bereich noch reizen? Vielleicht Tapeten oder Teppichböden?

Marx: Teppich ist tatsächlich in der Mache mit Jan Kath, dem tollen Hersteller aus Bochum. Stoffmuster finde ich fantastisch. Sonst bin ich aber auch großer Fan von Labels, die eine tolle Arbeit machen, wie zum Beispiel Hermès mit ihren Tüchern. Eine Oberfläche, die ganz oben auf meiner Wunschliste steht, ist tatsächlich ein Flugzeug. British Airways hat ja zumindest die Heckflossen von Künstlern wie Jim Avignon machen lassen oder zur Olympiade in London einen A320 von Tracey Emin. Dann gibt es natürlich diese ganz bekannten Flieger von Qantas, die von einem Aborigine-Künstler bezeichnet wurden, das sieht auch wahnsinnig gut aus. Und die japanische Kultur treibt es natürlich mal wieder auf die Spitze. Die haben eine Pokémon-747!



Werke aus der Kunstausstellung #FeelingsArentFinal



Die Reisehefte werden meistens mit Benjamin Sommerhalder herausgebracht und sind für mich rückblickend wie ein Fotoalbum.

Seit 2007 arbeitest du mit Travel Zines, also geschriebenen, visualisierten Reiseberichten. Braucht dein Werk die fernen Impulse aus New York, aus Japan? Ist das für deine Arbeit wichtig, andere Charaktere und Menschen zu treffen?

Marx: Ja, unbedingt. Vor allem zu treffen und zu sehen. Diese Reisezeichnungen mache ich tatsächlich auch nur außerhalb von Hamburg. In New York oder Tokyo oder anderen Orten fällt mir das sehr viel leichter. Die Reisehefte werden meistens mit Benjamin Sommerhalder herausgebracht und sind für mich rückblickend wie ein Fotoalbum. Ich mache gar nicht so viele Fotos auf Reisen, seitdem ich diese Sachen zeichne. Ich würde fast sagen, ich verlege mein Reisetagebuch. Man kann sehen, wem man so begegnet ist oder was für Charaktere meine Aufmerksamkeit bekommen haben.

In der Hamburger Kulturszene ist das Thalia-Theater gesetzt. Seit der letzten Spielzeit trägt es im Plakatprogramm und eigentlich der gesamten CI deine Handschrift. Warum passt Thalia zu Marx?

Marx: Das Thalia ist bei mir hoch angesehen, vor allen Dingen die Artdirektion unter der Mitwirkung meines Freundes Mirko Borsche. Er war mal relativ verzweifelt bei der Aufgabe, das Thalia-Programmheft für die Lessing-Tage zu gestalten. Bei dem Festival geht es ja um Gastspiele, die alle einen anderen Look haben. Das Fotomaterial, wenn es denn welches gibt, ist wahnsinnig verschieden. Oft sind es auch Erstaufführungen und weil das Heft natürlich fast ein halbes Jahr vorher in den Druck muss, gibt es noch gar kein Fotomaterial. Der Artdirektor meinte dann, man solle mich fragen, ich würde mich mit Heften auskennen und vor allem Zeichnungen von Stücken machen können, zu denen es kein Fotomaterial gibt. Und so kam ich zum Thalia und habe mit der Chef-Dramaturgin und der Artdirektion diese Programmhefte ausgearbeitet, jetzt zum zweiten Mal.

Bei deinen Arbeiten hat man häufig den Eindruck des Impulsiven und Spontanen. Wenn man dir beim Zeichnen zuschaut, bekräftigt das diesen Eindruck: Du bist ein Schnellzeichner. Kannst du das auch bei deinen großformatigen Leinwandarbeiten aufrechterhalten oder ist das gar nicht immer relevant?

Marx: Das ist nicht unbedingt relevant. Man muss schon ein gewisses Konzept mitbringen, wenn man eine anfängt. Meine Arbeitsweise ist zumindest immer Anfang und Ende in einem Rutsch. Keine Leinwand bleibt bei mir halbfertig über Nacht stehen. Für mich ist das ein Prozess, der so durchlaufen werden muss, ohne Ablenkung.

Reizt dich das Thema „Urbane Intervention“? Du bist immer mal wieder mit dem Thema Flaggen konfrontiert gewesen. Deine Flaggen hingen für den Hamburger Kunstverein, damit bist du sehr stark im Stadtbild sichtbar und das wird auch in extremer Form wahrgenommen. Du kannst Botschaften platzieren. Willst du da weiterdenken, ist dir das ein Anliegen?



Bei mir bleiben keine Leinwände halbfertig über Nacht stehen. Ich arbeite in einem Rutsch.

Marx: Ja, das war zumindest ein sehr guter Ansatz und gerade in Hamburg, einer Stadt der Fahnenmasten und Flaggen, sollte man darüber nachdenken. Natürlich sollten auch Grund- und Immobilienbesitzer noch mehr über Wandbilder von Künstlern nachdenken. Und ich kann mir sehr gut eine große Schriftarbeit auf einer Riesenfassade vorstellen, die die Vorbeikommenden, die Umgebung beeinflusst. Oder auch eine große Zeichnung, die vielleicht fast ins Abstrakte geht. Auf dem Format hat man natürlich auch als Betrachter oftmals Probleme, das in einem Guss zu erfassen. Aber das wäre schon toll.

WIRApp

Holen Sie sich die App für Familien-
unternehmer – meinungsstark und
aktuell.



WIR
FAMILIEN
UNTER-
NEHMER



Einblick in die Kunstausstellung #FeelingsArentFinal

Gedrucktes hat ganz viele Ebenen,
die man digital nicht ersetzen kann.

Die abschließende Frage zielt in den Bereich
Magazin, in dem wir dieses Gespräch
auch veröffentlichen werden: Du hast vor
zwei Jahren noch postuliert:

Warum glaubst du weiter an Print?

„Print is not dead.“ Die Zeit ist schnelllebig,
stimmt das noch immer?

Marx: Print ist einfach fantastisch. Auf der
documenta X traf ich den Chefredakteur der
FAZ. Er meinte, man könne ein Magazin mit
in die Badewanne nehmen oder mit einer Zei-
tung Schuhe ausstopfen. So hat er ganz viele
tolle Beispiele für ‚Print is not dead‘ gefunden.
Aber bei Künstlerbüchern und-
magazinen finde ich die Reisegeschwindigkeit fantastisch.
Man braucht einfach nur Licht, um sie zu genie-
ßen. Man kann sie fühlen und es gibt ganz viele
Ebenen, die man digital nicht ersetzen kann.

Marx: Ja, definitiv, das stimmt noch immer.
Print is definitely not dead.

Info

Das Gespräch führte Rene S. Spiegelberger am 14. Februar 2017 im Studio des Künstlers in Hamburg. Weitere Informationen über den Künstler finden Sie unter s-marx.de. Das vollständige Interview sowie weitere Gespräche dieser Reihe können Sie auf spiegelberger-stiftung.de nachlesen. Informationen zum Künstlerbücher-Verlag Nieves finden Sie unter nieves.ch

AUSSTELLUNGSTIPP

Hanne Darboven – Gepackte Zeit

von Rene S. Spiegelberger



Hanne Darboven in ihrem Studio, 1987/1988.

Courtesy Hanne Darboven Stiftung, Hamburg © Deichtorhallen Hamburg

Auch wenn es dem Hamburger zumeist etwas schwer fällt, lohnt der Weg über die Elbe nach Harburg. Die Sammlung Falckenberg zeigt nicht nur eine spektakuläre Ausstellung, sondern auch die ehemalige Wirkungsstätte der Künstlerin Hanne Darboven, wo auch die Darboven-Stiftung ihren Sitz hat. Darboven zählt zu den bedeutendsten Künstlerinnen der internationalen Konzeptkunst. Bekannt ist Darboven vor allem für ihre Zeit

und Raum umfassenden Schreivarbeiten und die daraus resultierenden seriellen Blattfolgen, die mit Zahlenreihen, Schrift und später auch mit Bildmaterial gefüllt sind und oftmals durch dreidimensionale Objekte ergänzt werden. Darbovens raumgreifende Installationen funktionieren wie kompensierende Zeitspeicher, die tausende von Jahrhundertdaten in eine greifbare Form bringen. Ihr Werk wird somit zum Inbegriff für **GEPACKTE ZEIT**. Die Ausstellung ist eine Kooperation der Deichtorhallen Hamburg mit der Hanne Darboven Stiftung. Parallel zum Auftakt der Ausstellung in der Sammlung Falckenberg eröffnet die Hanne Darboven Stiftung das Dokumentationszentrum Am Burgberg in Hamburg-Harburg. Es ist eine der Aufgaben der Hanne Darboven Stiftung, den Nachlass der Künstlerin an ihrem einstigen Schaffens- und Wirkungsort aufzubereiten und der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Erstmals werden an diesem Ort dokumentarische Materialien ergänzend zur Ausstellung zu sehen sein.

Die Ausstellung ist vom 25. Februar bis zum 3. September 2017 in der Sammlung Falckenberg in Hamburg-Harburg zu sehen und ist jeden ersten Sonntag im Monat von 12 bis 17 Uhr ohne Voranmeldung zugänglich. Ebenfalls jeden ersten Sonntag im Monat ist die Hanne Darboven Stiftung von 14 bis 17 Uhr geöffnet.

Info

Weitere Informationen finden Sie unter: www.deichtorhallen.de/hannedarboven.de



LESETIPP

Über Geschmack muss man nicht streiten

Rezepte, Ideen und Kombinationen für die kreative Küche



Autor: Niki Segnit
Titel: Der Geschmacks-thesaurus. Rezepte, Ideen und Kombinationen für die kreative Küche.
Verlag: Piper
Umfang: 543 Seiten
Ausstattung: kartoniert
ISBN 978-3-492-30633-1
Preis: 16,00 Euro

Herzlichen Dank an Bücher Heymann!



Es gibt Beziehungen, die einmalig sind – im Leben und in der Liebe. In der Liebe weiß man oft nicht, warum zwei wie füreinander geschaffen zu sein scheinen. Man muss man vielleicht auch nicht wissen. Es zählt allein das Glück. In der Küche sieht's da schon ein wenig anders aus. Warum schmecken gerade Apfel und Zimt so gut zusammen, Käse und Weintrauben oder auch Schokolade und Chili? Niki Segnit kennt die Antworten, die überraschen und begeistern. Ihr Buch ist perfekt für erfahrene Hobbyköche, für verwöhnte Genießer, die es ganz genau wissen wollen und für alle, die mit Experimentierlust am Herd stehen. Senfig, erdig, fruchtig: Die Autorin unterteilt 99 Lebensmittel in verschiedene Kategorien, paart sie miteinander und kommentiert die Ergebnisse in kleinen unterhaltsamen Beiträgen.

Der Geschmacksthesaurus ist eine gelungene Mischung aus Aromalexikon, Kochbuch und Reisebericht. Literarische Anekdoten, leckere Rezepte und persönliche Präferenzen machen die 543 Seiten zu einem Erlebnis. „Jedes Buch über Geschmack wird wenigstens teilweise subjektiv bleiben müssen“, gesteht die Verfasserin, „und indem ich über die Paarungen schreibe, die ich am interessantesten finde oder am liebsten esse, werden zwangsläufig Lücken entstehen, die letztlich auf nichts anderes als eine Geschmacksfrage hinauslaufen.“ Das ist so ehrlich wie sympathisch. Und auch hier – wie im Leben jenseits von Herd und Ofen – gilt: Über Geschmack lässt sich streiten. Muss man auch nicht. Man kann auch einfach nur schwärmen.

IMPRESSUM

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:

DIE JUNGEN UNTERNEHMER
RK Metropolregion Hamburg
www.junge-unternehmer.eu
Regionalvorsitzender – Fabian Gewalt
gewald Steuerberatungsgesellschaft mbH,
Winterhuder Weg 146, 22085 Hamburg

DIE FAMILIENUNTERNEHMER e. V.
RK Metropolregion Hamburg
www.familienunternehmer.eu
Regionalvorsitzender – Michael Moritz
CatCap GmbH,
Valentinskamp 24, 20354 Hamburg

Landesgeschäftsstelle Hamburg
Birgitta Schoch, Tel. 040 - 81 99 42 58
schoch@familienunternehmer.eu
Postadresse: Charlottenstraße 24,
10117 Berlin

Redaktion:

redaktion@hhun.de
Malte Wettren, David Friedemann,
Dr. Björn Castan, Xenia Mergler,
Nathalie Rieck
Redaktionsanschrift : c/o Laborato,
Colonnaden 46, 20354 Hamburg

Konzeption und Gestaltung:

Laborato
Colonnaden 46, 20354 Hamburg
www.laborato.de

Erscheinungsweise: 4x jährlich

Anzeigen:

David Friedemann, T +49 (0)40 7296 90 21
anzeigen@hhun.de
Auflage: 3.000 Exemplare,
unentgeltliches Mitgliedermagazin

Druck & Versand:

RieckDruck GmbH, Lise-Meitner-Allee 5,
25436 Tornesch, www.riekdruck.de

Nächster Redaktionsschluss:

26. Mai 2017

Autorenbeiträge geben die Meinung des Verfassers, nicht der Redaktion wieder. Die Redaktion behält sich vor, eingesandte Beiträge zu kürzen oder nicht zu übernehmen. Bitte beachten Sie, dass Sie mit der Einsendung von Beiträgen und Bildern alle Rechte für die Print- und Digitalverarbeitung an die Redaktion abtreten. Ein Anspruch gegen die Redaktion entsteht grundsätzlich nicht. Der Verfasser verpflichtet sich außerdem, **HAMBURGER UNTERNEHMER** von Ansprüchen Dritter, die durch die Verwendung von zur Verfügung gestellten Materialien entstehen, freizustellen.



Mohr

Der mit dem Schuss



Mehr von unserem Karikaturisten Burkhard Mohr finden Sie in seinem Buch mit dem Titel „Highlights im Dunkeln“ (Verlag Lempertz Edition).

ISBN 978-3-945152-19-5
www.burkhard-mohr.de



Gemietet den Abend: Michael Moritz, Vanessa Niemann und Volker Ernst



Friedrich Görtz und Andreas Fischer-Appelt



Heiti und Jay Tuck, Journalist und Gastronom



Betrieben Networking: Susanne Fieber, Patsopitras, Nathalie Molte Rieck, Rieck Druck, and Jessica Christiani, GWT

UNTERNEHMERVERBAND Von Wechseln und künstlicher Intelligenz

Neuigkeiten beim Neujahrsempfang von Die Familienunternehmer und Die Jungen Unternehmer im „Marriott“: Nach 15 Jahren hat Friedrich Görtz jetzt seinen Landesvorsitz der Familienunternehmer abgegeben. Sein Nachfolger ist der bekannte Agenturchef Andreas Fischer-Appelt. „Es ist an der Zeit, dass neue Ideen und Impulse kommen“, sagte Görtz, der 1972 in den Verband eingetreten ist. Auch die Regionalvorsitzenden haben gewechselt: Auf Michael Moritz, CatCap, folgt Volker Ernst, Ernst factoring. Doch damit nicht genug – denn bei den Jungen Unternehmern hat seit verganginem Dezember zum ersten Mal eine Frau das Amt der Vorsitzenden inne. Vanessa Niemann ist nach ihrem BWL-Studium vor sechs Jahren in den Familienbetrieb MDS Messebau eingestiegen. Nun will sich die 28-Jährige für mehr Frauenpower engagieren, sich für politische Veranstaltungen und steigende Mitgliederzahlen einsetzen. In ihrer Rede betonte sie: „Der unternehmerische Austausch ist für mich unzahlbar.“ Miteinander gepändert wurde an diesem Abend noch lange. Zum einen über die zahlreichen Wechsel und zum anderen über den Gastvortrag von Jay Tuck. Der Journalist, US-Sicherheitsexperte und Buchautor sprach über künstliche Intelligenz und wie sich diese heute bereits im Alltag in sämtlichen Bereichen auswirkt.

LEUTE



Lars Müller, Vanessa Niemann, Regionalvorsitzende Die Jungen Unternehmern, Bött Ernst und Volker Ernst, Regionalvorsitzende Die Familienunternehmer



Alexandra und Konstantin Bissas, La Corvia



Bettina und Dr. Björn Gatten, Gf Untof Research

HOTEL REICHSHOF Unternehmer feiern ihren 21. Ball



Robert Kuhn, Kath Polsterweil, mit Marek Ryszold, Rechtsanwalt und Kai Trutz, Modikette Adenauer & Co.

Zwanzig Jahre stören die Verbindungen „Die Familienunternehmer“ und „Die Jungen Unternehmer“ ihren Ball im Hotel „Der Jahreszeiten“ Doch in diesem Jahr haben die Organisatoren Ansgret Krug und Malte Wetters zum 21. Ball in den Reichshof, das stiftung renovierte und stehewürdige Grandhotel des frühen 20. Jahrhunderts. Und das war nicht der einzige Traditionsbereich. Auch die Dinnerrede wurde erstmalig geteilt, statt dessen unterhielten gleich zwei Damen mit ihren Reden die mehr als hundert Gäste. Zwischen dem Drei-Gänge-Menü leuchteten die Unternehmer und Unternehmerinnen der liebevollen Eröffnungsrede von Vanessa Niemann, Regionalvorsitzende der Jungen Unternehmer Hamburg und in ihrem Gastbeitrag betonte Riegt Oberlich, Landesvorsitzende des VJU Hamburg und Schilowig Holstein, den wichtigen Zusammenhang der Wirtschaftsbereiche, insbesondere hatte der VJU ebenfalls zu diesem Ball eingeladen. So war es nicht verwunderlich, dass die Herren nicht nur bei den Reden unterrepräsentiert waren, die weiblichen Ballgäste stellten mehr als sechzig Prozent der Teilnehmer. Ein Höhepunkt war die Tombola, bei der unter anderem magnum von START UP TEENS mehr als 50 Preise verlost wurden. Den Hauptpreis, ein Solitär-Anhänger aus 18 Karat mit 11 Diamanten und 0,25 Karat im Wert von knapp 1.000,- EUR wurde von Philipp Klöckner, Geschäftsführer Wempe Mönchbergstraße, persönlich an Frau Dr. Christine Hoffmann übergeben. Aber auch Konstantin Bissas von La Corvia, der allen Teilnehmern ein Begrüßungs-geschenk seiner Naturkosmetik zur Verfügung stellte, konnte sich über einen 1.000,- EUR Gutschein von Schütz Optik freuen, dem ihn Kevin Schütz dankbarte. Der dritte Hauptpreis war für Unternehmer attraktiv, für 400,- EUR stellte TAXIAD Medialeistungen ihrer neuen digitalen Taxi-Durchwahl zur Verfügung. Nach der Tombola wurde die Tombola bis weit nach Mitternacht getrieben. Auf Taxen musste die Teilnehmer am Ende der langen Ballnacht übrigens nicht zurückrufen, sie wurden mit dem exklusiven Shuttle der Porsche Zentren Hamburg nach Hause gebracht.



Ramona und Dr. Dominik Ziegenhain, Rechtsanwalt und Partner von Raschke von Knokehoff Heier

Stephanie Witt und Kai Trimpert, Porsche Zentren Hamburg, beim Ball im Hotel Reichshof

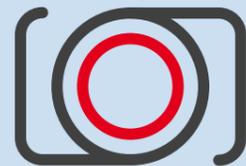


Stephanie Witt und Kai Trimpert, Porsche Zentren Hamburg, beim Ball im Hotel Reichshof

Benedikt Bött, Betta Fashion Service, Lisa Bött, Nicole Mörtz und Kevin Schütz, Inklusiv Schütz Optik



Benedikt Bött, Betta Fashion Service, Lisa Bött, Nicole Mörtz und Kevin Schütz, Inklusiv Schütz Optik



TONI MOMTSCHEW
FOTOGRAFIE

EVENT · PORTRAIT · STILL LIFE · ARCHITEKTUR · FOOD

DIRK KOWALKE



Dirk Kowalke, Inhaber des Fischereihafen Restaurants. Seit 1981 repräsentiert seine Familie das Fischereihafen Restaurant. In nur wenigen Jahren führte sein Vater Rüdiger Kowalke das Restaurant zu einer Top-Adresse für Fischliebhaber aus aller Welt, bevor im Juli 1997 sein Sohn Dirk den Betrieb übernahm.

Ein grandioser Blick auf Elbe und Hafen, sowie ein wirklich gastfreundliches und umsorgendes Servicepersonal machen den Restaurantbesuch bei Ihnen bereits zu einem Genuss, aber was ist aus Ihrer Sicht das Geheimnis Ihrer Küche?

Dirk Kowalke: Das Geheimnis unserer Küche liegt in der Kontinuität! Es hat sich über all die Jahre gezeigt, dass die Spezialisierung auf Fisch, Schalen- und Krustentiere für unser Lokal goldrichtig ist. Die Einkaufsmöglichkeiten bei unserem Standort spielen dabei natürlich eine große Rolle. Mein Küchenchef ist in der glücklichen Lage, täglich frische Meeresfrüchte zu ordern. Gut die Hälfte der Speisekarte wechselt regelmäßig – die Mittagskarte sogar wöchentlich. Aber ganz entscheidend ist die Pflege unserer Klassiker! Gerichte wie ‚lauwarmes Räucheraalfilet auf Kräuterrührei mit geröstetem Schwarzbrot‘ oder ‚Mittelstück vom Nordsee-Steinbutt mit Pommery-Senfsauce‘ erfreuen sich einer riesigen Fan-Gemeinde, und solange wir diese Gerichte jeden Tag aufs Neue in bekannter Fischereihafen Restaurantqualität auf die Tische bringen, werden die Gäste allein schon dafür immer wieder kommen!

Zahlreiche Unternehmer, Politiker und Prominente zählen zu Ihren Gästen, Stammgäste fühlen sich bei Ihnen wohler, als irgendwo anders, Ihre Oyster Bar samt Barkeeper Richie ist eine kleine Hamburger Institution. Was ist das wirklich Besondere am Fischereihafen Restaurant?

Kowalke: Ich glaube, das wirklich Besondere bei uns ist die familiäre Atmosphäre. Zum einen ist zu den Hauptgeschäftszeiten immer mindestens ein Mitglied meiner Familie als Gastgeber im Restaurant präsent. Zum anderen strahlen auch unsere Mitarbeiter diese Atmosphäre aus. Viele sind schon sehr lange bei uns, bilden wertvolle Stützen für das Unternehmen und ziehen auch immer wieder die Jungen in ihren Bann. So entsteht ein sehr harmonisches Gesamtbild, das, gepaart mit unserer gemütlichen Einrichtung, dem Gast mehr das Gefühl gibt, nach Hause in sein Wohnzimmer zu kommen.

Sie sind begeisterter HSV-Fan und hatten sich als ‚Rothose‘ in Ihrem Restaurant auch schon mal für eine HSV-Kampagne zur Verfügung gestellt, die HSV-Verantwortlichen sind regelmäßig Ihre Gäste. Kommen da auch mal Ratschläge oder kritische Äußerungen mit auf den Tisch?

Kowalke: Es stimmt, mein Fußball-Herz schlägt von Kindesbeinen an für den HSV! Ich bin bei fast allen Heimspielen im Stadion dabei. Ratschläge und kritische Äußerungen stehen mir natürlich in keiner Weise zu. Vielmehr genieße ich es, dass wir über so viele Jahre dieses tolle Verhältnis zum HSV haben. Bei internationalen Spielen kam der Vorstand traditionell mit dem gegnerischen Präsidium vor dem Spiel zum Mittagessen zu uns. Ich träume nach wie vor davon, dass solche Zeiten einmal wieder in den Volkspark zurückkehren!

Gutes Essen ist berufsbedingt Ihre Leidenschaft, welches Gericht verschafft Ihnen ein Höchstmaß an Genuss?

Kowalke: Es gibt sehr viele Gerichte, die mir ein Höchstmaß an Genuss verschaffen. Und das beginnt bei bodenständiger Hausmannskost, wenn sie gut zubereitet ist. Ich kann mich für Rinderrouladen mit Rotkohl – wie bei Muttern – genau so begeistern wie für eine frisch gebratene Scholle mit krossem Speck und Kartoffel-Gurkensalat! Solche ehrlichen Traditionsgerichte sind mir ebenso lieb wie manche Sterne-Kreationen.

Wir Familienunternehmer denken nicht in Jahresabschlüssen, sondern über Generationen. Sie führen mit Ihrem Vater Rüdiger Kowalke und mit Ihrem Stiefbruder Benjamin Kast Ihr Unternehmen. Was bedeutet ein Familienbetrieb für Sie und was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Kowalke: Beruflich bedeutet mir mein Familienbetrieb alles! Privat gibt es dadurch auch den einen oder anderen Nachteil, aber das gibt es anderswo auch. Man sollte immer das Ganze sehen und sich dem Glück bewusst sein, das eine solche Familienkonstellation mit sich bringt. Durch die Tatsache, dass stets mehrere Familienmitglieder kräftig an einem Strang ziehen, wird unser nachhaltiger Erfolg gewährleistet. Für die Zukunft wünsche ich mir beste Gesundheit für meine Familie, so dass wir unseren schönen gemeinsamen Weg noch lange gehen können!



Wo steht mein Unternehmen, wenn ich nicht mehr an der Spitze stehe?

Die Zukunft steckt voller Fragen. Finden wir gemeinsam Antworten. Persönlich, fair, genossenschaftlich.

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir unterstützen Sie in jeder Unternehmensphase.

Von der Unternehmensgründung über Wachstumspläne bis zur Nachfolgeregelung – mit der Hamburger Volksbank haben Sie einen erfahrenen Partner an Ihrer Seite, auf den Sie sich immer verlassen können. Als Bank vor Ort kennen wir den Hamburger Wirtschaftsraum sehr genau und unterstützen Sie in allen Phasen Ihres Unternehmerlebens. Kompetenz, Persönlichkeit und Nähe sind unsere Leistungsversprechen, damit Sie sich voll und ganz auf Ihr Unternehmen konzentrieren können. Nehmen Sie uns beim Wort – unser Beratungsmotto lautet „**Man kennt sich.**“

Sie haben Fragen? Rufen Sie Ihre persönliche Ansprechpartnerin Karen Gruel unter Telefon: 040/3091-9401 an.

 **Hamburger Volksbank**
Man kennt sich.

www.hamburger-volksbank.de

Viele sind schon sehr lange bei uns, bilden wertvolle Stützen für das Unternehmen und ziehen auch immer wieder die Jungen in ihren Bann.



**Natürlich könnten Sie auch anders ins Büro kommen.
Aber warum sollten Sie?**

Der neue Panamera.

**Bei uns in den Porsche Zentren in Hamburg.
Wir freuen uns auf Ihren Besuch.**



PORSCHE

**Porsche Zentrum
Hamburg Nord-West**

Porsche Niederlassung Hamburg GmbH
Holsteiner Chaussee 151
22523 Hamburg
Tel.: +49 40 557768-0
Fax: +49 40 557768-22
info.nordwest@porsche-hamburg.de
www.porsche-hamburgnordwest.de

**Porsche Zentrum
Hamburg**

Porsche Niederlassung Hamburg GmbH
Eiffestraße 498
20537 Hamburg
Tel.: +49 40 21105-0
Fax: +49 40 21105-234
info.eiffestrasse@porsche-hamburg.de
www.porsche-hamburg.de