

# HAMBURGER UNTERNEHMER

WIRTSCHAFTSMAGAZIN der Metropolregion Hamburg · Nr. 01/2018



INTERVIEW MIT  
HADI TEHERANI

STARARCHITEKT & DESIGNER

## VISION

### EHRBARE KAUFLEUTE

Neujahrsempfang mit  
Gastredner Gunter Mengers

### TRADITION & HIGHTECH

Interview mit Henning Fehrmann  
Eine Gießerei wird Hightech-Schmiede

### ERFOLG & MISSEFOLG

Vural Öger über den Umgang  
mit Visionen



## 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,

„**Vision**“ lautet das Schwerpunktthema unserer ersten Ausgabe des Jahres 2018. Unternehmerische Visionen entfalten oft die Kraft, Neues zu schaffen und Bewährtes weiterzuentwickeln. Sie sind daher wesentlich für unseren zukünftigen geschäftlichen Erfolg.

Das neue Jahr hat turbulent begonnen. CDU und SPD haben sich im Bund für eine Fortsetzung der Großen Koalition entschieden. Ein visionärer Wurf aus Sicht der Wirtschaft wurde mit dem Koalitionsvertrag leider nicht erreicht. Ob Olaf Scholz Hamburger Bürgermeister bleiben wird, ist zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses unklar, aber die Signale für einen Aufbruch sind nicht zu übersehen. Für den Fall, dass er als Finanzminister nach Berlin geht, wünschen wir uns ein starkes Bekenntnis, den begonnenen Weg des Schuldenabbaus konsequent voran zu treiben.

Brandneu ist der Beitritt unseres Verbandes in den UV Nord. Dieser Zusammenschluss von Arbeitgeberverbänden bündelt die geballte Kraft von über 90 Verbänden für die unternehmerische Interessenvertretung in Norddeutschland. Wir werden uns zukünftig engagiert in die Aktivitäten des UV Nord einbringen. Zusätzlich haben wir in unserem Verband eine enge Kooperation mit dem Regionalkreis Schleswig Holstein Nord geschlossen und werden unsere Veranstaltungen zukünftig gemeinsam anbieten.

Wir bedanken uns herzlich bei allen unseren Mitgliedern, die an unserer Mitgliederbefragung teilgenommen haben. 86 Prozent unserer Mitglieder äußern sich sehr zufrieden oder zufrieden über unsere Verbandsarbeit. Die politische Interessenvertretung innerhalb der Metropolregion Hamburg und in Berlin sind Ihre wichtigsten Gründe für eine Mitgliedschaft. Gleichzeitig haben Sie uns mit auf den Weg gegeben, dass Sie sich mehr Veranstaltungen wünschen, auf denen nützliches Wissen über betriebswirtschaftliche Themen vermittelt wird, wir uns stärker mit Bildungsaspekten und der Digitalisierung beschäftigen sollen. Gerne nehmen wir Ihre Anregungen in diesem Jahr auf.

Stararchitekt **Hadi Teherani** gibt in unserem Titelinterview einen spannenden Einblick in seine visionäre architektonische Schaffenskraft. Von seiner Vision „Immer frisch bleiben, immer voraus denken, aktiv am weltweiten Architektur-Prozess teilnehmen“ können wir lernen.

**Vural Öger** gibt uns einen Einblick in die Höhen und Tiefen seines unternehmerischen Lebenswerkes. Beeindruckend beschreibt er die Kraft unternehmerischer Visionen auch in schwierigen Zeiten.

Unser stellvertretender Vorsitzender des Vorstands **Henning Fehrmann** zeigt sich im Interview als überzeugter unternehmerischer Visionär. Auch als neuer Sprecher des Netzwerkes 3D Druck setzt er sich für den Ausbau dieser innovativen Technik am Standort Hamburg ein. Henning Fehrmann ist gleichzeitig unser Ansprechpartner für das Mentorenprogramm „Innomatch“. Wenn Sie Interesse haben, mit einem Mentoring ein Hamburger Startup zu begleiten, melden Sie sich gerne bei uns.

Unsere Wirtschaftspolitische Kommission wird sich in diesem Jahr weiter mit der Verbesserung der Standortbedingungen für Innovationen in Hamburg einsetzen. Insbesondere werden wir den Standort Hamburg als Gründerstadt beleuchten und die Potenziale von E-Learning im Bildungs- und Unternehmenssektor untersuchen. Wenn Sie Interesse an einer Mitarbeit in unserer Wirtschaftspolitischen Kommission haben, sind Sie herzlich eingeladen.

Sehr herzlich begrüßen wir 49 neue Mitglieder im Regionalkreis Metropolregion Hamburg innerhalb des Jahres 2017. Seit Jahresbeginn sind weitere hinzugekommen. Wir freuen uns darauf, Sie alle kennen zu lernen und hoffen, Sie auf vielen unserer Veranstaltungen zu treffen. Eine gute Gelegenheit dafür wird unser Neumitgliederabend am 25. April im NRV sein.

Merken Sie sich schon jetzt den Termin für die Preisverleihung, Familienunternehmer des Jahres in der Metropolregion Hamburg vor, die am 2. Juli stattfinden wird.

Herzliche Grüße  
Ihre



Volker Ernst



Vanessa Niemann



oben: **Volker Ernst**,  
Regionalvorsitzender  
Metropolregion Hamburg  
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

unten: **Vanessa Niemann**,  
Regionalvorsitzende  
Metropolregion Hamburg  
DIE JUNGEN UNTERNEHMER

Fotos: Toni Momtschew,  
Anne Großmann

# HAMBURGER UNTERNEHMER

INTERVIEW MIT  
**HADI TEHERANI**  
STARARCHITEKT & DESIGNER

{ eins von vier 2018 }

**6**

NACHGEDACHT  
Über Visionen

**8**

MITGLIEDER &  
VERANSTALTUNGEN  
Polit-Talk | Landesverband  
Schleswig-Holstein setzt Segel

**10**

Neujahrsempfang 2018  
,Ehrbarkeit bleibt immer modern.'

**14**

WISSEN  
Mut und Verantwortung fallen  
nicht vom Himmel. Mit Peter Holzers

**16**

Mit neuer Vergangenheit besser führen



**18**

IM PORTRÄT  
Im Interview mit Henning Fehrmann

**24**

WIRTSCHAFT  
So kaufen wir in Zukunft ein

**26**

Urteile, die Sie kennen sollten.  
Mit Peter Plennert



**28**

TITELSTORY  
Malte Wettern im Gespräch  
mit Hadi Teherani

**34**

IM PORTRÄT  
Visionen für eine bessere digitale Welt



**36**

Im Interview mit Frischer Film  
Geschäftsführer Peter Zickermann



**40**

,Erfolg und Misserfolg gehören zusammen.'  
Mit Vural Öger

**44**

MITGLIEDER &  
VERANSTALTUNGEN  
Ball im Bootshaus

**48**

WIRTSCHAFT  
Hamburg – die digitale Hauptstadt?

**50**

Zukunftskonzepte –  
Vision Grüne Alster

**53**

Mitgliederkommentar  
bGE – Vision oder Spinnerei?

**54**

STEUERN & FINANZEN  
Interview mit Karen Gruel

**56**

KUNST & AUSSTELLUNG  
Robert Longo im Gespräch

**60**

Ausstellungstipp

**62**

BUCHTIPP



**64**

Karikatur Burkhard Mohr



**66**

NACHGEFRAGT  
Michael Stich



EINFACH MAL RAUS  
AUS DEM ALLTAG!



MB Marco Polo  
**85,- / Tag**  
300 km frei

Den neuen Marco Polo  
bei STARCAR günstig mieten:  
**0180/55 44 555\***

\*(0,14 €/Min. aus dem Festnetz; max.  
0,42 €/Min. aus den Mobilfunknetzen)

**STARCAR**  
**Autovermietung**

ÜBER VISIONEN

# Die Kraft der „Moonshot Ideen“





„Visionen sind Luftschlösser mit Handlungsanweisungen“, formuliert Hermann Scherer und trifft damit ins Schwarze. Ich schreibe hier über das innere Bild einer Vorstellung der Zukunft, nicht über wahnhaftige Visionen, um möglichen Zitaten von Helmut Schmidt gleich vorzubeugen.



von Dr. Björn Castan

Dadurch, dass alle an einem Strang ziehen um das große Ziel zu erreichen, fühlen sich die Menschen, die gemeinsam daran arbeiten, miteinander verbunden. Sie identifizieren sich mit der Vision und sind bereit, andere Interessen hinter die Realisierung der Vision zurück zu stellen.

Eine der wegweisenden Visionen der Menschheitsgeschichte war die Idee, einen Menschen auf den Mond zu bringen. John F. Kennedy hat mit dieser Vision nicht nur seine Nation, sondern weltweit Menschen in Bewegung gebracht, um auf ein großes Ziel hinzuwirken.

Visionen wirken sinnstiftend. Der Präsident soll der Legende nach einen Lagerarbeiter der NASA, der den Fußboden fegte, gefragt haben, was er dort mache. Er würde dabei helfen, unsere Jungs auf den Mond zu bringen, war seine Antwort. Durch die große Vision erkannte der Mann in seiner einfachen Tätigkeit einen tiefen Sinn.

Visionen bringen Menschen in Bewegung. Visionen motivieren. Visionen geben Kraft und schaffen Gemeinschaft.

Dadurch, dass alle an einem Strang ziehen um das große Ziel zu erreichen, fühlen sich die Menschen, die gemeinsam daran arbeiten, miteinander verbunden. Sie identifizieren sich mit der Vision und sind bereit, andere Interessen hinter die Realisierung der Vision zurück zu stellen.

Elon Musk und Jeff Bezos treiben mit ihren eigenen Projekten die Vision, den Mars zu besiedeln. Die gigantischen Erfolge, die SpaceX erreicht, sind alles Zwischenschritte zur Erfüllung dieser Vision. Nebenbei revolutionieren sie die Raumfahrt und ich würde jede Wette eingehen, dass es diesen in bestem Sinne besessenen Unternehmern eines Tages gelingen wird, Menschen auf den Mars zu bringen.

Welche sogenannten „Moonshot Ideen“ haben Sie für Ihr Unternehmen? Keine? Damit befinden Sie sich in bester Gesellschaft.

Man kann auch Erfolg ohne große Visionen haben. Aber die ganz großen Entwicklungen beginnen immer mit einer Vision. Von Unternehmen, die ihrer Vision alles andere unterordnen.

Bei der Recherche über den Begriff „Vision“ habe ich ausschließlich positive Wirkungen unternehmerischer Visionen und die herausragende schöpferische Kraft unternehmerischer Visionäre gefunden. Falls Sie noch keine Vision für Ihr Unternehmen haben, ist daher heute ein guter Tag mit der Entwicklung zu beginnen.

Herzlichst,  
Ihr Björn Castan

---

Wie denken Sie über Visionen?

Schreiben Sie mir gerne unter:  
[castan@united-research.com](mailto:castan@united-research.com)

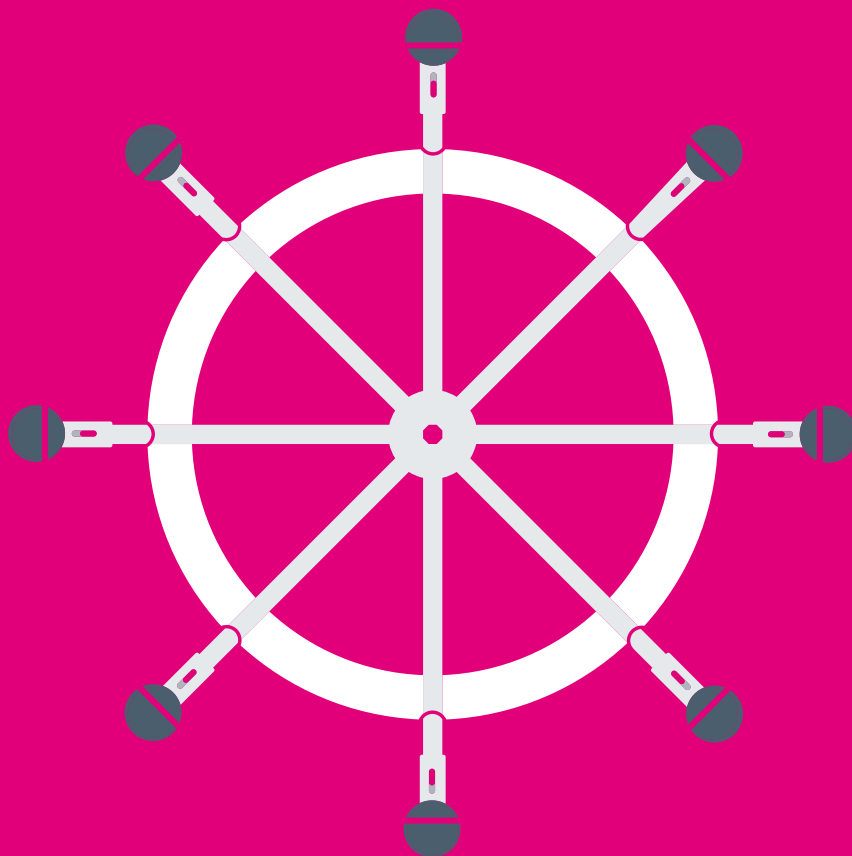


POLIT-TALK

# Landesverband Schleswig-Holstein setzt Segel

Podiumsdiskussion am 17. April in Kiel

von Nathalie Rieck



## *Die Podiums- Teilnehmer*



**Rüdiger Behn**



**Nathalie Rieck**



**Dirk Schrödter**



**Konsul Klaus-Hinrich Vater**



**Dr. Nikolas P. Bastian**



DIE FAMILIENUNTERNEHMER in Schleswig-Holstein laden zum Polit-Talk zusammen mit der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG: Um der Kieler Landesregierung die Interessen der Familienunternehmer nahe zu bringen, braucht es einen intensiven Dialog. Rüdiger Behn, Landesvorsitzender des Verbandes Schleswig-Holstein, die junge Unternehmerin Nathalie Rieck sowie KPMG in Kiel veranstalten deshalb eine Podiumsdiskussion, bei der sie u.a. mit Dirk Schrödter, Chef der Staatskanzlei, und Konsul Klaus-Hinrich Vater, Präsident der IHK zu Kiel, über die Belange der norddeutschen Verbandsmitglieder sprechen werden.

Einige Jahre war es ruhig im Verband DIE FAMILIENUNTERNEHMER in Schleswig-Holstein. Zu ruhig nach Ansicht von **Rüdiger Behn**, der schon seit nahezu drei Jahrzehnten Mitglied im Verband DIE FAMILIENUNTERNEHMER ist. Denn auch im ‚echten Norden‘ brauchen die Familienunternehmer Stimme und Gehör. Und dies erfordert Aktivität. Mit der Veranstaltung am 29. September 2016, zu der **Dr. Arend Oetker** als Gastredner geladen war, konnte der Landesvorsitzende und geschäftsführender Gesellschafter der Waldemar Behn GmbH und der Behn Getränke GmbH rund 20 Familienunternehmer aus ganz Schleswig-Holstein nach Eckernförde locken.

Ein erster Schritt, an den es anzuknüpfen galt, um das Verbandsleben wieder lebendiger zu gestalten. Mit dem langjährigen Verbandsmitglied **Nathalie Rieck** fand Behn hierfür eine engagierte Mitstreiterin, die gleichzeitig die Interessen der JUNGEN UNTERNEHMER im nördlichsten Bundesland vertritt. Rieck ist Nachfolgerin in 4. Generation von RieckDruck GmbH und RieckMedia GmbH, Tornesch. Von ihr stammt die Idee für die Podiumsdiskussion, denn ‚Die Stimme des Mittelstandes bzw. die Interessen inhabergeführter Unternehmen haben mehr Gewicht, wenn wir sie geschlossen und persönlich bei der Landesregierung platzieren‘, so die Organisatorin.

#### Podiumsteilnehmer:

**Rüdiger Behn** | Landesvorsitzender DIE FAMILIENUNTERNEHMER

**Nathalie Rieck** | DIE FAMILIENUNTERNEHMER

**Dirk Schrödter** | Chef der Staatskanzlei

**Konsul Klaus-Hinrich Vater** | Präsident der IHK zu Kiel

**Dr. Nikolas P. Bastian** | Geschäftsführer der **pelzGROUP**,  
Preisträger ‚Familienunternehmer des Jahres 2017‘

Die Veranstaltung findet in Kooperation mit der Kieler KPMG-Lounge statt. **Carsten Döring**, Partner, Tax und Niederlassungsleiter Kiel der KPMG AG, ist Sponsor dieses Abends und moderiert den Austausch der Podiumsgäste.

#### Themen:

- Was wünscht sich der Mittelstand von der Landesregierung?
- Was braucht der Mittelstand, um weiterhin Zugpferd des Landes zu sein?
- Und wieviel Digitalisierung braucht der Mittelstand wirklich?

Seien Sie gespannt auf die Debatte und nutzen Sie die Gelegenheit, auch Ihre Wünsche zu platzieren. Notieren Sie sich schon jetzt den 17. April 2018.

## Bei Rück- FRAGEN

Es verleiht unseren Worten größeres Gewicht, wenn sich noch mehr Familienunternehmern für Schleswig-Holsteinstark machen.

Wer den Verband DIE FAMILIENUNTERNEHMER in Schleswig-Holstein aktiv unterstützen möchte, wende sich bitte gerne an **Rüdiger Behn** oder **Nathalie Rieck**.

#### Rüdiger Behn:

04351 47 91 11  
r.behn@behn.de

#### Nathalie Rieck:

04120 70 686 67  
N.Rieck@RieckDruck.de

Info

KPMG

#### Kieler KPMG Lounge meets Die Familienunternehmer e.V.:

Was wünscht sich der Mittelstand von der Landesregierung?

#### Wann:

17. April 2018,  
Beginn: 18.00 Uhr

#### Wo:

**Kieler Yachtclub**  
Kiellinie 70 | 24105 Kiel

#### Moderation:



**Carsten Döring**

NEUJAHRSEMPFANG 2018

# „Ehrbarkeit bleibt immer modern.“

Neujahrsempfang im Marriott Hotel

von Björn Castan





Am 9. Januar trafen sich fast 200 Gäste aus Hamburger Wirtschaft und Politik zum Neujahrsempfang der Familienunternehmer im Marriott Hotel. Ein Teilnehmerrekord, über den wir uns freuen.

**V**olker Ernst mahnte in seiner Begrüßungsansprache eine zügige Regierungsbildung an und rief dazu auf, zu teure rote Linien in der Regierungsbildung zu verhindern. ‚Was wir gerade in Berlin erleben, ist doch sehr ernüchternd‘, resümierte er, während er gleichzeitig auf die sehr positiven Entwicklungen für den Wissenschafts- und Innovationsstandort Hamburg hinwies.

Er verwies auf Werte wie Zuverlässigkeit, Anstand und Weltoffenheit, die uns mit der Versammlung Eines Ehrbaren Kaufmanns zu Hamburg e.V. verbinden, und bot unserem Gastredner **Gunter Mengers** Unterstützung auch bei der Emanzipierung von der Handelskammer an.

Gunter Mengers, Vorsitzender der VEEK, stellte in seiner dynamischen Rede die seit 500 Jahren bestehende Institution Hamburger Kaufleute vor. Die Fragestellung, ob Ehrbarkeit im wirtschaftlichen Umfeld nicht in der heutigen Zeit aus der Mode gekommen sei, beantwortete er mit einem klaren ‚Nein‘. Er wies auf die Gefahr hin, dass die Grenzen des Anstands bei zu hohen Renditeerwartungen verwischen könnten, und prangert das teilweise dreiste und vorsätzliche Verhalten in Großkonzernen an. Wie dort mit der Wahrheit umgegangen würde, fände er erschütternd.



Anstand, Zuverlässigkeit, Treue und Glauben, Ausgewogenheit und soziale Verantwortung blieben als Basis wirtschaftlichen Handelns unverzichtbar und immer modern.

Anzeige



Ihr Systempartner für Maschinen, Vorrichtungen und Werkzeuge.



Entwicklung, Prototypenherstellung, Serienfertigung, Service und das dazugehörige Know-How.



[WWW.WW-SYSTEMS.DE](http://WWW.WW-SYSTEMS.DE)





Ein Handschlag unter Kaufleuten sei heute und auch in Zukunft eine verbindliche Zusage.

Herr Mengers wies darauf hin, dass die Hamburger Handelskammer vor 352 Jahren aus der VEEK gegründet wurde und rief in Erinnerung, dass die Handelskammer eine Interessenvertretung der Kaufleute sei. Unverständnis äußerte er über die Trennung der Handelskammer von der HSBA sowie über Pläne, sich aus der IHK Nord zu verabschieden.

Die VEEK hat innerhalb des letzten Jahres allein über 160 neue Mitglieder gewinnen

können. Sie wird zukünftig auf der Basis eines starken Wertefundaments, das seine Mitglieder ein, stärkere eigene Aktivitäten entwickeln – losgelöst von der Handelskammer.

Bei Fingerfood und Erfrischungsgetränken wurde anschließend noch lange gesellig über die aktuellen politischen Entwicklungen in Hamburg und im Bund diskutiert.







Anzeige

  
 Fotos:  
 Toni Momtschew  
  
 Weitere Bilder unter:  
[www.familienunternehmer.eu](http://www.familienunternehmer.eu)

  
**hypo**  
**hamburg.de**  
 Immobilien günstiger finanzieren  
  
  


## ZUM THEMA VISION

# Mut und Verantwortung fallen nicht vom Himmel

## Wie eine starke Vision dabei helfen kann

Ein Familienunternehmen will wachsen und den Umsatz von zwei auf fünf Milliarden steigern. Während der Vorbereitung für den Kick-Off fragte ich den Unternehmer: ‚Wozu wollen Sie sich dieses umfangreiche Veränderungsprojekt antun?‘ Nach einigem Nachbohren rückte er mit der Sprache raus: als er das Unternehmen von seinem Vater übernommen hatte, war es Nr. 1 und ist unter seiner Führung auf Platz 3 abgerutscht. Für ihn ist es eine Frage der Ehre, das Staffelholz wieder als Nr. 1 an die nächste Generation zu übergeben.

Auf dem Kick-Off präsentierte er die Zahlen und die Strategie, wie die fünf Milliarden erreicht werden sollen. Am Ende erzählte er zusätzlich die Staffelholz-Geschichte, gestand seinen ‚Makel‘ offen ein und bat seine Führungskräfte um Unterstützung. Während der Umsetzung stellte sich dann etwas Interessantes heraus. Die Mitarbeiter reißen sich förmlich die Beine aus, um dem Inhaber zu helfen, das Unternehmen wieder auf Platz 1 zu bringen. Aber die 5 Milliarden schweben wie eine dunkle Wolke über ihnen und lähmen sie, da sich niemand – trotz logischer PowerPoint-Herleitung – solch große Zahlen vorstellen kann.

Eine Vision ist so etwas wie ein Horizont – ein langfristiges Zielbild, für das es sich lohnt, sich anzustrengen.

Damit Mitarbeiter mutig sind und auch neue Dinge ausprobieren, braucht es eben nicht nur Zahlen, sondern auch eine emotionale Story.

Wie dieser Horizont genau aussehen soll, ist Chefsache. Denn wenn er in großen Gruppen entsteht, kommt zu viel Weichspüler hinein. Das ist gefährlich, denn eine Vision muss Orientierung geben. Welche Themen wollen Sie fokussieren – und welche sollen links liegen bleiben?

Die meisten Unternehmer wissen aus Erfahrung, dass es gerade die Kunst ist, nicht immer mehr Bälle auf das Spielfeld zu bringen, sondern die wesentlichen Bälle ins Tor zu schießen. Denn schließlich soll Ihre Vision dazu dienen, die Zukunftssicherheit Ihres Unternehmens zu sichern. Und dazu gehört neben finanziellen und eigennützigen Prioritäten vor allem die Antwort auf die Frage: Was wird Ihr Unternehmen Gutes für andere tun? Denn wer langfristig keinen Nutzen stiftet, wird nicht nur Kunden verlieren, sondern auch keine Mitarbeiter finden, die bereit sind, sich die Beine auszureißen, um die Vision Wirklichkeit werden zu lassen.

## Über den Autor



**Peter Holzers** Karriere hätte kaum bilderbuchhafter sein können: Bereits mit 24 Jahren baute er den Vertrieb eines Mittelstandsfonds auf. Nach einer plötzlichen Erkrankung fasste er den Mut, einen Neustart zu wagen. Heute begleitet er Familienunternehmen, ihre Ideen mutig in die Praxis umzusetzen. Sein aktuelles Buch ‚Mut braucht eine Stimme. Wie Sie Ihrem Leben Wirkung geben‘ ist im GABAL-Verlag erschienen.

[www.peterholzer.com](http://www.peterholzer.com)



# Innovativ. Familiär. Hanseatisch.

Ihr Partner für den  
Hallenbau.

Spezialist seit 1972



[montagebau-hansa.de](http://montagebau-hansa.de)



# HANSA.

## SELBSTMANAGEMENT

# Mit neuer Vergangenheit besser führen

## Die Kraft von Visionen in der Persönlichkeitsentwicklung

Jeder Unternehmer weiß um die Bedeutung von Visionen: Für die Entwicklung des Unternehmens braucht es klare innere Bilder, wie die Firma zukünftig aussehen und arbeiten soll. Bildhafte Vorstellungen sind allerdings auch ein machtvolleres Tool zur Führungskräfteentwicklung. Mentaltrainerin Gabriela Friedrich erklärt, wieso insbesondere Visionen einer neuen Vergangenheit oft besser wirken als jedes zukunftsorientierte Training.

Die Vergangenheit gilt gemeinhin als unveränderlich, Matthias B. und Julia V. wissen es jedoch besser. Sie haben neue Vergangenheiten – solche, die ihnen gut tun, sie stärken und die sie zu besseren Führungskräften machen.

16

Wenn Matthias B. an seine Kindheit denkt, erscheinen vor seinem inneren Auge Szenen, in denen sich seine Eltern liebevoll um ihn kümmern, ihn loben, in seinem Tun bestärken und ihm Geborgenheit und Vertrauen ins Leben vermitteln. Es sind diese schönen Erinnerungen, die es Matthias B. leicht machen, seine Mitarbeiter souverän zu führen und ihnen große Entscheidungsspielräume und Verantwortung zuzugestehen. Doch dass Matthias B. mit solch innerer Sicherheit agiert, ist neu. Genauso wie seine Kindheitserinnerungen. Tatsächlich waren seine Eltern meist abwesend, und wenn sie präsent waren, hagelte es Kritik und den warnenden Hinweis, man dürfe niemandem trauen. Kein Wunder, dass sich Matthias B. auch an der Spitze des von den Eltern übernommenen Familienunter-

nehmens häufig unsicher fühlte. Entscheidungen fielen ihm schwer, schließlich wollte er keinen Fehler machen. Und seine Belegschaft führte er an der kurzen Leine. Natürlich durfte kein Mitarbeiter etwas von seinen Ängsten und Selbstzweifeln merken, weshalb sich Matthias B. betont hart und dominant gab.

Mit diesem Auftreten war er alles andere als ein angenehmer, motivierender Chef. Was tun? Ein Training? Nein, es gab eine bessere Lösung.

„Das ist okay, damit kann ich umgehen“, antwortete Julia V.s Mutter ganz entspannt, wenn ihre Tochter Wünsche äußerte oder unmissverständlich zu den Anliegen der Mutter ‚nein‘ sagte. Und die Tochter fühlte sich damit stark genug, für ihre Bedürfnisse einzutreten bzw. sich bei Bedarf abzugrenzen. Doch auch dies war die Mutter aus einer neu erschaffenen



### Über die AUTORIN

**Gabriela Friedrich** ist seit 24 Jahren Kommunikationsberaterin mit Führungserfahrung und seit 23 Jahren Mentaltrainerin und Reflexionspartnerin für Unternehmer, Führungskräfte, Angestellte, Selbständige und Privatpersonen zu beruflichen und privaten Themen. Buchautorin, Verfasserin diverser Fachartikel und Mitbegründerin der Digit & Brain-Society. Sie schreibt aktuell an ihrem fünften Buch, das sich mit der Versöhnung der Geschlechter beschäftigt.

Sie erreichen sie unter: [www.gabriela-friedrich.de](http://www.gabriela-friedrich.de)

### Info

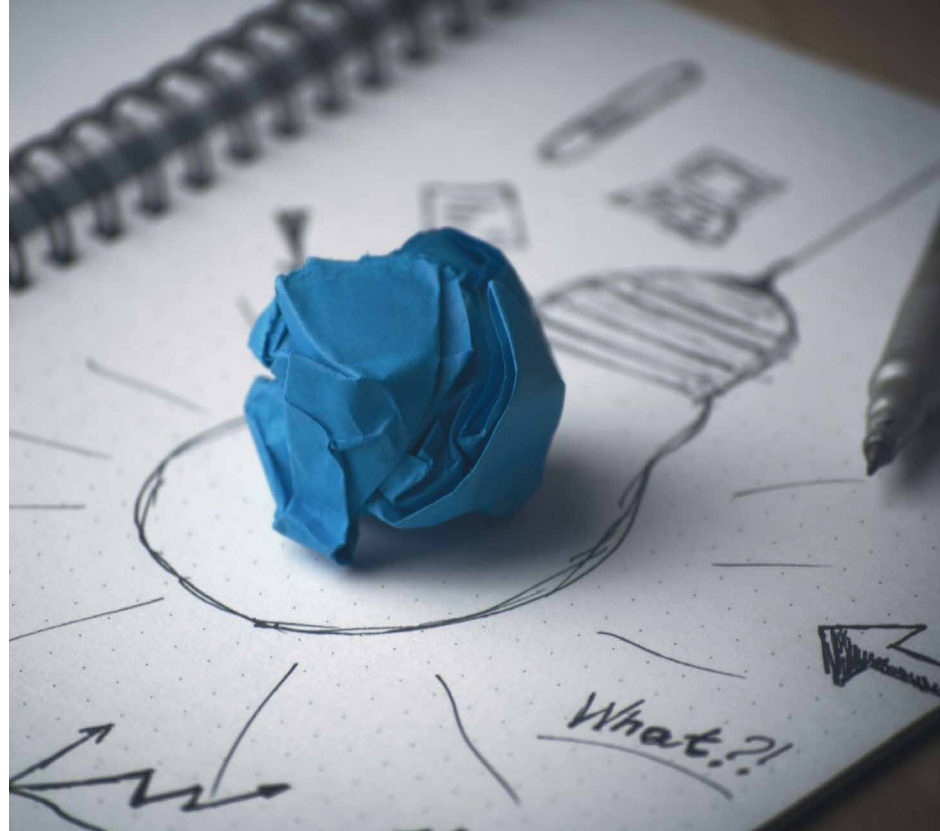
**Unternehmen:** Gabriela Friedrich Mentaltraining & Truthfulness und Digit & Brain

**Sitz:** Hamburg

Weitere Informationen unter:

[www.maenner-sind-wundervoll.de](http://www.maenner-sind-wundervoll.de)

Vergangenheit, die es Julia V. ermöglichte, ein störendes Muster ihres Führungsverhaltens los zu lassen. Sie gehörte nämlich eigentlich zu den Frauen, die sich für die Gefühle ihrer Mitmenschen verantwortlich fühlten. Dementsprechend schwer fiel es ihr Anweisungen zu geben, bei denen von vorneherein klar war: Ihre Mitarbeiter würden sie nicht mögen. Auch Bitten abzuschlagen oder heikle Feedback- sowie Kündigungsgespräche zu führen, war für sie ein Horror. Denn ihre echte Kindheit hatte sie mit einer passiv-aggressiven Mutter verbracht, die regelmäßig demonstrativ litt, wenn es nicht nach ihrem Kopf ging. Die Sorge, ihre sensible Mutter wieder zu kränken, war ständiger Begleiter in Julia V.s Kindheit und Jugend gewesen. Die Unternehmerin Julia V. brauchte deshalb eine Strategie, die ihr einen entspannten Umgang mit ihren Mitarbeitern auch in schwierigen Situationen ermöglichte.



Die Lösung für Matthias B. und Julia V. war eine marktunübliche, doch wirkungsvolle Form des Mentaltrainings, die auch Sie für sich nutzen können.

#### Hintergrund:

Unser Unterbewusstsein vermag nicht zwischen realen Bildern und Visualisierungen zu unterscheiden, weshalb Mentaltraining mit positiven Zielvorstellungen sowohl von Sportlern als auch von Managern gerne eingesetzt wird, um Spitzenleistungen zu erzielen. Unser Innerstes glaubt die konstruierten Erfolgsbilder und reagierte mit den dazu passenden Emotionen. Sogar der Körper hält die künstlich erzeugten Visionen für wahr, weshalb beispielsweise selbst rein mental durchgeführte Sportübungen eine Verbesserung der Fitness bewirken. Nicht so stark wie ein „echtes“ Training, es gibt aber tatsächlich einen messbaren Effekt. Mit diesem Wissen lässt sich dem Innersten auch suggerieren, negativ prägende frühere Erlebnisse loszulassen und durch positive neue Bilder zu ersetzen.

#### Vorgehensweise:

**Schritt 1:** Entscheiden Sie, welche Überzeugung oder Handlungs- bzw. Gefühlsroutine Ihres Führungsverhaltens Sie verändern wollen.

**Schritt 2:** Erforschen Sie die Entstehungsgeschichte Ihres Problems. Schließlich hat jedes

noch so störende Muster seinen guten Grund und folgt einer verborgenen Logik. Man muss sie nur entdecken. Welche Menschen, Erlebnisse oder Sätze haben Sie unbewusst geprägt und diese Facette Ihres Führungsverhaltens verursacht? Häufig ist die Antwort in den ersten fünf bis sechs Lebensjahren oder in der Teenagerphase zu finden, aber auch besonders emotionsgeladene Erfahrungen im Erwachsenenalter vermögen hinderliche Konditionierungen zu verursachen.

**Schritt 3:** Treffen Sie die bewusste Entscheidung, einen prägenden Aspekt aus der Vergangenheit loszulassen und frei von seinen Auswirkungen zu sein.

**Schritt 4:** Überlegen Sie sich, welche Botschaften oder Erfahrungen als wohltuender Gegenentwurf zu Ihrer problemhaften Vergangenheit passend wären. Entwickeln Sie das Drehbuch einer neuen Vergangenheits-Szene mit der jeweiligen Person.

**Schritt 5:** Lassen Sie die Bilder Ihrer neuen, stärkenden, befreienden Vergangenheit immer wieder wie einen Film vor dem inneren Auge ablaufen, bis Sie sich damit identifiziert haben

Entwickeln Sie das Drehbuch einer neuen Vergangenheits-Szene mit der jeweiligen Person.

Herzlichen Glückwunsch zu Ihrer neuen, glücklichen Vergangenheit und deren wohltuender Wirkung.



IM GESPRÄCH

# „Ein Horizont von drei Jahren ist schon weit.“

Augmented Reality-Fenster für Schiffe – von visionären Konzepten zum Riesen-Wachstumsmarkt





**Unternehmen:**  
Fehrmann Metallver-  
arbeitung GmbH

**Inhaber:**  
Dipl. Ing. Henning Fehrmann

**Schwerpunkt:**  
Fehrmann entwickelt Speziallegierungen auf Aluminium- und Kupferbasis mit herausragenden mechanischen Eigenschaften und produziert aus diesen Metallen Sicherheitsgussteile. Im Geschäftsbereich ‚Fenster & Türen‘ entwickelt und produziert Fehrmann hochfeste und druckdichte (Schiffs)-Fenster und Glastüren. Fehrmann ist seit Jahrzehnten globaler Technologieführer, was zahlreiche exzellente Referenzen bezeugen.

**Gründungsjahr:**  
1895

**Mitarbeiter:**  
25

Weitere Informationen unter:

[www.fehrmann-hamburg.de](http://www.fehrmann-hamburg.de)



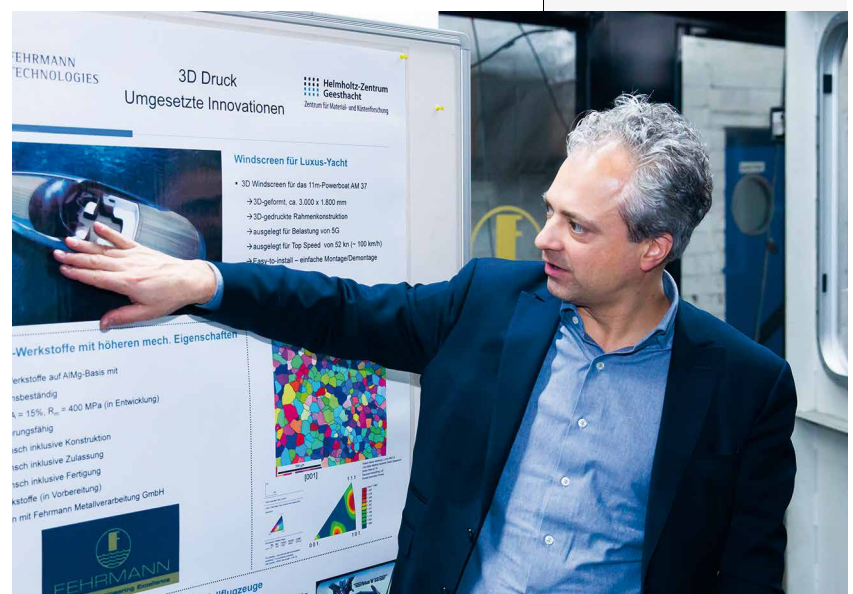
Wie eine Traditiongießerei zur digitalen Hightech-Schmiede wurde. David Friedemann im Gespräch mit Henning Fehrmann, dem neuen stellvertretenden Regionalvorsitzender der FAMILIENUNTERNEHMER der Metropolregion Hamburg.

**Die Fehrmann Metallverarbeitung GmbH gilt weltweit als führender Premiumhersteller von Spezialverglasungen für Megayachten. Dabei startete Ihr Urgroßvater 1895 als Spezialist für Reparatur-Gussteile für die norddeutschen Werften. Wie kam es zur heutigen Marktpositionierung? Hatte irgendwann jemand die Vision ‚Wir wollen die Nr. 1 bei Spezialfenstern von Yachten ab 70 Meter werden‘?**

**Henning Fehrmann:** Bereits sieben Jahre nach der Gründung baute unser damals größter Kunde Blohm + Voss eine eigene Gießerei auf. Das war für meine Vorfahren existenzbedrohend, und so entschieden sie, zusätzlich zu Reparatur-Gussteilen Schiffsfenster ins Portfolio aufzunehmen. Denn damals wurden Bullaugen- wie Schiffsfensterrahmen gegossen. Das war strategisch bedeutend, denn erstmals wurden neue Produkte hergestellt und die Produktionskapazitäten in der Breite erweitert. Bis heute haben wir die zwei Geschäftsbereiche ‚High-Tech Metals‘ sowie ‚Fenster & Türen‘. Über die vergangenen Jahrzehnte haben wir mit unserem hohen Anspruch, die Wünsche der Yacht-Designer umzusetzen, exzellente Referenzen und internationale Reputation aufgebaut.

**Im Yachtbau realisieren Sie die Visionen der Eigner – insbesondere dann, wenn es kompliziert wird. Und auch bei der Verglasung der Elbphilharmonie haben Sie die Vorstellungen der Architekten Realität werden lassen. Wie ist Ihre persönliche Einstellung zu den Visionen Ihrer anspruchsvollen Klientel? Was treibt Sie an, Unmögliches möglich zu machen?**

**H. Fehrmann:** Zunächst muss ich richtigstellen: Wir haben ca. 300 elliptische Wende-



flügel eigens für die Elphi entwickelt und produziert, nicht die komplette Verglasung. Aber auch die Wendeflügel, die erhöht wind- und schlagregendicht sein müssen, waren eine herausfordernde Weltneuheit. Ich teile Helmut Schmidts Meinung über Visionen nicht.

Visionen sorgen für Fortschritt und treiben uns an, unmöglich geglaubte Lösungen zu entwickeln. Für Deutschland mit seinem Ruf, herausragende Ingenieursleistungen zu vollbringen, sind Innovationen bekanntlich überlebenswichtig. Daher sollten wir uns über jede Forderung freuen, für die es noch keine Lösung gibt.

**Die Firma Fehrmann ist führend in der Entwicklung von korrosionsbeständigem High-Performance-Aluminium. Sie selbst sind Sprecher des neu gegründeten 3D-Druck-Netzwerks der Metropolregion Hamburg, engagieren sich als Beiratsmitglied im exzellenten Zentrum für Hochleistungsmaterialien und haben kürzlich den Vorsitz des Innovation Advisory Councils des DESY übernommen. Welches unternehmerische Selbstverständnis liegt dem zugrunde?**

**H. Fehrmann:** Innovation treibt mein Unternehmen und mich persönlich an. Die genannten Ämter sind für mich Ehre und Chance zugleich, und ich hoffe, dass ich einen Beitrag dazu leisten kann, das riesige, brachliegende Potenzial von Wirtschaft-Wissenschaft-Kooperationen zu heben. Denn die Stärken der Unternehmen und der Wissenschaft ergänzen sich ideal. Entscheidend für uns ist, mit exzellenten Wissenschaftlern zusammen zu arbeiten und uns auf die Bereiche zu konzentrieren, in denen wir weltweit führend sein oder werden können. Die deutschen Materialwissenschaften genießen in der Welt einen ausgezeichneten Ruf, und das Zentrum für Hochleistungsmaterialien aus dem exzellenten Sonderforschungsbereich der DFG (Deutsche Forschungsgemeinschaft, d. Red.) versammelt die Crème de la Crème der deutschen Materialwissenschaften. Dass das DESY als Teil der Helmholtz-Gemeinschaft mit seinen Anlagen und seinem Wissen weltweit ein Leuchtturm ist, weiß, glaube ich, jeder. Aber wer von uns Unternehmern weiß, dass das DESY die Ko-



Fotos: Toni Momtschew

operationen mit Unternehmen ausbauen will und wie er das geballte Know-how des DESY nutzen kann? Last, but not least ist es mir eine Herzensangelegenheit, den 3D-Druck in der Metropolregion Hamburg voranzubringen. Hamburg ist – so die Moderatorin bei der Inauguration des Fraunhofer IAPT (ehemals Laserzentrum Nord, d. Red.) – Welthauptstadt des 3D-Drucks. Nur wenn wir es schaffen, ein relevantes Netzwerk von Akteuren aufzubauen, werden wir mit dem 3D-Druck in Norddeutschland die internationale Führungsrolle behalten und eine Zukunftsindustrie etablieren, die uns noch viel Freude machen wird.

Dass wir in meinem Unternehmen Hochleistungs-Aluminiumlegierungen für den 3D-Druck entwickelt haben und weitere Aluminiumlegierungen entwickeln, schließt den Kreis zu meinen Engagements.

**Steht hinter all dieser Aktivität auch eine Vision, wo Fehrmann in 20 Jahren stehen soll bzw. wie und was Sie dann produzieren wollen?**

**H. Fehrmann:** Wer heutzutage festlegt, wo er in 20 Jahren ist, den nehme ich nicht ernst. In einer VUKA-Welt (VUKA heißt Volatilität, Unsicherheit, Komplexität, Ambiguität (Mehrdeutigkeit), d. Red.) ist ein Horizont von drei Jahren schon weit. Ein paar Rahmenbedingungen sind aber klar. Wir werden uns vom innovativen Produktionsunternehmen zum Innovationsunternehmen weiterentwickeln. Time-to-market wird immer entscheidender. Auf Basis unserer langjährigen Erfahrungen mit Innovationen unter Termindruck und mit vielen Fragezeichen – seien Sie sicher,

Augmented-Reality-Fenster sind für uns der logische Schritt, Schiffsfenster für die Zukunft zu entwickeln. AR (Augmented Reality, d. Red.) ergänzt digitale Informationen zum eigenen Blickfeld – warum sollte diese Technologie also nicht auf Schiffsbriicken eingesetzt werden?





dass die Megayacht-Projekte teilweise sehr herausfordernd waren – haben wir einen Innovationsansatz entwickelt, der exzellente Ergebnisse bringt, extrem effektiv ist und zugleich moderne Grundsätze wie z.B. Agilität berücksichtigt. Dabei arbeiten wir zunehmend kollaborativ, um die unterschiedlichen Anforderungen jedes neuen Entwicklungsprojekts optimal zu bedienen.

***Derzeit arbeiten Sie an Augmented-Reality Fenstern für Schiffe, die man sich wie ein HeadUp Display im Auto vorstellen kann. Wie passen solche technologischen Entwicklungen in ein Unternehmen, dessen Herzstück eine Gießerei ist? Was steckt dahinter?***

**H. Fehrmann:** Die Gießerei ist unsere Herkunft, aber nicht unser Herzstück, auch wenn sie jeden Besucher fasziniert. Aber machen wir uns nichts vor: Ohne unsere Spezial-Aluminiumlegierungen, aus denen wir Gussteile u. a. für Explosionsbereiche produzieren, gäbe es unsere Gießerei schon lange nicht mehr. Augmented-Reality-Fenster sind für uns der logische Schritt, Schiffsfenster für die Zukunft zu entwickeln. AR (Augmented Reality, d. Red.) ergänzt digitale Informationen zum eigenen Blickfeld – warum sollte diese Technologie also nicht auf Schiffsbrücken eingesetzt werden? Dennoch ist diese Innovation für unseren Geschäftsbereich Fenster ein Meilenstein, digitalisieren wir doch im besten Sinne unsere Produkte. Damit fokussieren wir uns in beiden Geschäftsbereichen auf Zukunftsmärkte mit riesigen Wachstumschancen: 3D-Druck und Augmented Reality.

***Sie treiben mit Ihren Visionen Ihr Familienunternehmen technologisch voran. In welcher Weise bringen Sie diesen Spirit auch als neuer stellvertretender Regionalvorsitzender der FAMILIENUNTERNEHMER der Metropolregion Hamburg in unseren Verband ein? Gibt es bereits konkrete Pläne?***

**H. Fehrmann:** Ja, die gibt es. Mit unserem Partner KPMG planen wir mehrere exklusive Veranstaltungen, auf denen wir das Megathema Digitalisierung beleuchten. Wir belassen es aber nicht bei Show-Veranstaltungen, sondern bieten unseren Mitgliedern Gelegenheit zum praktischen Üben wie auch zum unternehmerischen Austausch. Eine Expertise wie die von KPMG bekommt man normalerweise nur gegen viel Geld. Als Sprecher des neu gegründeten 3D-Druck-Netzwerks Hamburg, das übrigens jetzt schon mehr als 100 aktive Unternehmen zählt, biete ich zudem jedem Mitglied an, sich ohne Verpflichtung einen Eindruck vom Netzwerk zu verschaffen. Für die Wahrnehmung unserer Interessen ist die Sichtbarkeit nach außen wichtig. Es gilt, auf den Erfolgen unseres exzellenten ‚Innovationspapiers‘ aufzubauen und die Politik und die Wissenschaft in die Pflicht zu nehmen. Das sehe ich übrigens als Aufgabe von uns allen Familienunternehmern gleichermaßen an. Ich stehe dabei gern mit meinem Unternehmen als innovatives best-practice-Beispiel zur Verfügung.

***Hamburg braucht mehr Gründer mit großen Visionen und einem tragfähigen Fundament für die Umsetzung. Sie sind in dem Mentoring Programm Innomatch aktiv und liefern Startups das nötige unternehmerische Know-how. Warum tun Sie dies?***

**H. Fehrmann:** Gründer und Startups haben in der Tat oft große Visionen und können diese durch digitale Technologien und agile Methoden auch angehen. Nur fehlt ihnen das Wichtigste: das unternehmerische Know-how. Mit dem Programm ‚Innomatch‘ hat unser Verband ein einmaliges Mentoren-Programm initiiert, in dem wir als Mentoren und erfahrene Unternehmer einen aktiven Beitrag dazu leisten, dass Startups in der Metropolregion überleben und sich entwickeln.

Mit dem Programm ‚Innomatch‘ hat unser Verband ein einmaliges Mentoren-Programm initiiert, in dem wir als Mentoren und erfahrene Unternehmer einen aktiven Beitrag dazu leisten, dass Startups in der Metropolregion überleben und sich entwickeln.



Das kommt gut an – nicht nur bei den Startups, sondern auch in der Politik. Aus persönlicher Sicht kann ich sagen, dass mich der Austausch mit den Gründern enorm befruchtet hat. Für Startups und etablierte Unternehmen ist es eine ideale Win-win-Beziehung. Wer Mentor werden will, dem bieten wir im Verband den Zugang zu Startups, die über unseren Partner HHStartups individuell und persönlich für den Mentor ausgewählt werden.

***Welches sind Ihrer Erfahrung nach die häufigsten Fehler oder Versäumnisse, die zum Scheitern eines vielversprechenden Startups führen?***

**H. Fehrmann:** Nach der Erfahrung aus meinem Startup YNICORN, in dem wir algorithmisch den Reifegrad von Startups bewerten, sind die Gründe vielschichtig. Mal liegt es am Produkt selbst, mal am Markt, mal am Team oder den Finanzszenarien. Wenn ich einen allgemeingültigen Ratschlag geben darf, empfehle ich jedem Startup, sich strukturiert und umfassend mit seinem Geschäftsmodell auseinanderzusetzen – und das immer wieder, am besten wöchentlich. Diesen Rat gebe ich übrigens auch etablierten Unternehmern.

***Welche Hilfen könnten dazu beitragen, dass mehr Gründer in Hamburg langfristig erfolgreich werden?***

**H. Fehrmann:** Unsere Metropolregion Hamburg hält internationalen Vergleichen von Gründerstädten nicht stand. Um dorthin zu kommen, bedarf es konzertierter Anstrengungen. Wir brauchen Freiheit zur Gestaltung, sprich keine Bürokratie, dafür aber eine exzellente Infrastruktur, die allein schon beim Breitband-Internet zu wünschen übriglässt. Wir brauchen exzellente Wissenschaft, etwas, das die Hamburger Politik nicht nur be-

griffen hat, sondern auch massiv anschiebt. Exzellente Wissenschaft trägt aber nur dann zum Wohlstand bei, wenn das Wissen für Produkte und/oder Dienstleistungen genutzt wird. Insofern müssen wir Unternehmen uns deutlich intensiver mit der Wissenschaft verzahnen, zu unserem eigenen Vorteil übrigens. Über das Befruchten von Startups und etablierten Unternehmen haben wir schon gesprochen. Und last, but not least, braucht es eine professionelle Wagniskapital-Umgebung, insbesondere für Markteinführungs- und Wachstumsphasen. Das Vakuum, das die wagnis-scheuen Banken hinterlassen haben, muss dringend gefüllt werden.

***Haben Sie neben der unternehmerischen auch eine persönliche Vision, die Sie verwirklichen wollen?***

**H. Fehrmann:** Unsere Unternehmerfamilie ist über mehr als ein Jahrhundert unser starkes Fundament. Daher ist mein Ziel, die Welt von morgen menschenwürdig zu gestalten und unsere Kinder darauf vorzubereiten. Das mag pathetisch klingen; angesichts reeller totaler Überwachung und rasant wachsender künstlicher Intelligenz ist es aber keineswegs gesichert.

Unsere Unternehmerfamilie ist über mehr als ein Jahrhundert unser starkes Fundament. Daher ist mein Ziel, die Welt von morgen menschenwürdig zu gestalten und unsere Kinder darauf vorzubereiten.





Exklusives  
Angebot für  
Sie!

## Jahresversammlung 2018 Unternehmerinnen in der Welt 14.–16. Juni 2018 in Hamburg

Als „Tor zur Welt“ gibt die Hansestadt Hamburg den perfekten Rahmen für das Motto der Jahresversammlung 2018. Der VdU ist in internationalen Projekten und Netzwerken engagiert, pflegt den Austausch mit Unternehmerinnen aus aller Welt. Und deutsche Unternehmen sind Exportweltmeister. Seien Sie dabei, wenn mehr als 300 Unternehmerinnen aus ganz Deutschland vom 14. bis zum 16. Juni die Hafenstadt mit all ihren Highlights erobern und sich mit Internationalisierung, globalem Wettbewerb und spannenden Geschäftsideen beschäftigen.

Mehr Informationen und Anmeldung unter [www.vdu.de](http://www.vdu.de)



# So kaufen wir in Zukunft ein

## Trends im Handel 2025

von Mark Sievers



Entsprechen visionäre Unternehmens-Konzepte den Kundenbedürfnissen? Oder werden zukünftige Entwicklungen verschlafen? Trend-Studien bieten Orientierung bei der Entwicklung marktgerechter Visionen, die fest in der Realität verankert sind. So auch die KPMG-Studie zum Shopping-Verhalten der Deutschen.

**G**enau wie viele Deutsche verhalte ich mich beim Einkaufen zwiegespalten. Einerseits erwarte ich Digitalisierung at its best, andererseits liebe ich den analogen Einkauf vor Ort. Damit gehöre ich zum deutschen Kunden-Mainstream, wie die KPMG-Studie Trends im Handel 2025 bestätigt.

Unterm Strich erwarte ich – ebenso wie die befragten Kunden unserer Studie – das Schönste aus beiden Welten: Shoppen am Smartphone und gemütlich bummeln – je nach Gusto. Online- und Offlineangebote sollen am besten gleichzeitig und nahtlos zur Verfügung stehen.

### Stationär oder digital? Beides!

Für den deutschen Einzelhandel ist das eine große Herausforderung. Er soll einerseits die Möglichkeiten der Digitalisierung antizipieren und dennoch weiterhin den traditionellen Einkauf ermöglichen. Das heißt, wir setzen ihn gehörig unter Druck.

Stationärer Handel bleibt (noch) im Fokus der Kunden: 75 Prozent wollen auch zukünftig stationär einkaufen. Ebenso viele Konsumenten in Deutschland möchten weiterhin bar oder per EC- und Kreditkarte zahlen – trotz der fortschreitenden Entwicklung im Bereich mobiler und kontaktloser Bezahlsysteme. Die digitalen Serviceerwartungen der Konsumenten nehmen insgesamt jedoch rapide zu. So wünschen sich knapp drei Viertel der Befragten beispielsweise Warenbestände im Laden online zu prüfen. Vor allem Männer, jüngere Konsumenten und Personen aus einkommensstarken Haushalten haben hohe Erwartungen an neuen digitalen Services. Bleibt die Frage, ob Einzelhandel und Konsumgüterindustrie auf diese Herausforderungen vorbereitet sind.

Geht so, lautet meine Einschätzung. Vielmehr müssen sich Unternehmen Gedanken über die künftige Ausrichtung ihrer Geschäftsmodelle und die Art der Wertschöpfung machen.

### Das Omni-Business orientiert sich am Kunden der Zukunft

Für besonders zukunftsfähig halte ich ein kundenzentriertes Omni-Business, das alle Geschäftsprozesse und Systeme entlang der gesamten Wertschöpfungskette mit Hilfe neuer Technologien vernetzt.

Hierbei zielt alles darauf ab, dem einzelnen Kunden maßgeschneiderte Produkte und Einkaufserlebnisse zu bieten – immer genau dann, wenn er sie sich wünscht.

Personalisierte Produkte werden immer populärer, Konsumgüter also, die Käufer ganz nach ihren individuellen Bedürfnissen gestalten können. Das belegt das KPMG Consumer Barometer. Die repräsentative Umfrage zeigt, dass mehr als die Hälfte der Verbraucher individualisierte Produkte interessanter finden, als gleichwertige Massenprodukte. Damit Unternehmen mit dieser wachsenden Kundengruppe allerdings Geld verdienen können, müssen sie auf durch und durch flexible Wertschöpfung und Produktion umstellen.

Es geht darum, blitzschnell auf neue Bedürfnisse, Anfragen, Geschmäcker und allgemeine Marktveränderungen zu reagieren.

Dies setzt voraus, dass Händler, die Bedürfnisse des Kunden kennen, sein Vertrauen gewinnen und diese Beziehung penibel pflegen. Dass dabei an digitaler Transformation und Vernetzung keiner mehr vorbeikommt, steht außer Frage. Handel und Konsumgüterindustrie kann ich in Zeiten rückläufiger Markentreue nur raten, sich darauf einzustellen:

Kundenzentrierung bzw. Customer Centricity ist das Wort der Stunde und es gilt den Kunden in den Mittelpunkt allen unternehmerischen Handelns zu stellen.

## Über den AUTOR



**Mark Sievers** ist Partner und Head of Consumer Markets bei der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Sein Fokus liegt auf der Handels- und Konsumgüterbranche – gemeinsam mit weiteren Branchenspezialisten betreut er namenhafte nationale und internationale Mandanten aus den Bereichen Consumer Goods, Food & Drink und Retail.

Der Sektor Consumer Markets von KPMG veröffentlicht regelmäßig Studien zum Einzelhandel und zur Konsumgüterindustrie:



[www.kpmg.de/consumermarkets](http://www.kpmg.de/consumermarkets)

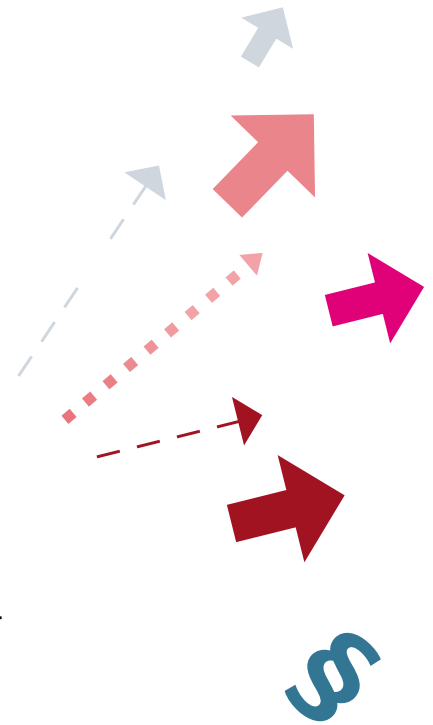
Das Consumer Barometer von KPMG beleuchtet quartalsweise aktuelle Entwicklungen, Trends und Treiber im Handel und Konsumgütermarkt:



[www.kpmg.de/consumerbarometer](http://www.kpmg.de/consumerbarometer)



# Urteile, die Sie kennen sollten



Gesellschaftsrecht – Neues zur GmbH-Gesellschafterliste (Peter Plennert, Rechtsanwalt/Manager, KPMG Law Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Hamburg)



26

## Über den AUTOR

**Peter Plennert** ist Rechtsanwalt und Manager bei der KPMG Law Rechtsanwaltsgesellschaft mbH in Hamburg. Er berät Familienunternehmen und Unternehmens-eigner seit mehreren Jahren in allen Bereichen des Gesellschafts- und Handelsrechts, bei Umstrukturierungen und bei Unternehmenstransaktionen.

### 1. Das Problem

Im Zuge der Einführung des elektronischen Transparenzregisters im Sommer 2017 sind auch die Vorgaben an die Liste der Gesellschafter einer GmbH verschärft worden. So ist nunmehr unter anderem auch die prozentuale Beteiligung am Stammkapital anzugeben, die durch den Nennbetrag des entsprechenden Geschäftsanteils vermittelt wird (§ 40 Abs. 1 Satz 1 GmbHG). Hält ein Gesellschafter mehr als einen Geschäftsanteil, ist zudem seine prozentuale Gesamtbeteiligung am Stammkapital der Gesellschaft anzugeben (§ 40 Abs. 1 Satz 3 GmbHG).

Diese neuen Vorgaben gelten für alle Gesellschafterlisten, die nach dem 26. Juni 2017 neu zum Handelsregister eingereicht werden und sind deshalb von den Geschäftsführern der entsprechenden Gesellschaften bzw. von etwaig beteiligten Notaren zu beachten.

Bei Gesellschaften mit dem gesetzlichen Mindest-Stammkapital von 25.000 Euro, das in 25.000 Geschäftsanteile zu je einem Euro aufgeteilt ist, ergeben sich durch die neuen Vorgaben sehr kleine prozentuale Anteile der jeweiligen Geschäftsanteile am Stammkapital der Gesellschaft – im konkreten Beispiel ein Anteil von 0,004 %. Deshalb ist die Praxis teilweise dazu übergegangen, auf die Angabe der

Kleinst-Prozentsätze zu verzichten und diese stattdessen durch die Angabe, <1% zu ersetzen.

### 2. Die Lösung der Rechtsprechung

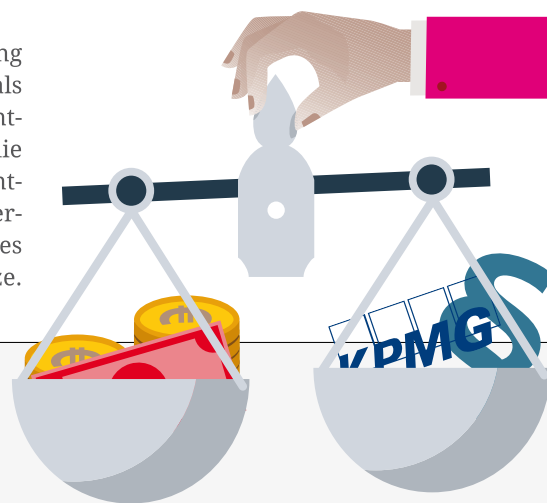
Diese Vorgehensweise der Rundung wurde allerdings von der Rechtsprechung konsequent abgelehnt – mit der Folge, dass die entsprechenden Gesellschafterlisten als unzureichend zurückgewiesen wurden und neu ausgestellt werden mussten. Sowohl das OLG München (Beschluss vom 12.10.2017 – 31 Wx 299/17) als auch das OLG Nürnberg (Beschluss vom 23.11.2017 – 12 W 1866/17) stellten ausdrücklich klar, dass der Wortlaut des Gesetzes insofern eindeutig sei und keinen Spielraum für die in der Praxis vorgenommene Rundung lasse. Stattdessen sei der exakte prozentuale Anteil mit allen Dezimalstellen anzugeben.

### 3. Die Empfehlung für die Praxis

Gesellschaften sind somit gut beraten, in neu einzureichende Gesellschafterlisten auch weiterhin die detaillierten prozentualen Anteile am Stammkapital aufzunehmen und in diesem Rahmen auf Rundungen zu verzichten. Nur so kann einer Zurückweisung der Liste durch das Registergericht vorgebeugt werden. Im geschilderten Beispielsfall und bei einer Beteiligung zweier Gesellschafter könnte die Liste der Gesellschafter somit wie folgt aussehen:

Lfd. Geschäftsanteilsnummer	Vor- und Nachname/Firma	Sitz/Registerdaten	Nennbetrag der Geschäftsanteile in EUR	Durch Nennbetrag des Geschäftsanteils vermittelte prozentuale Beteiligung am Stammkapital	Prozentualer Gesamtumfang der Beteiligung des Gesellschafters am Stammkapital
1 - 12.500	A-GmbH	Hamburg, Amtsgericht Hamburg, HRB XXXXXX	jeweils 1,00	jeweils 0,004 %	50 %
12.501 - 25.000	B-GmbH	Berlin, Amtsgericht Charlottenburg, HRB XXXXXX	jeweils 1,00	jeweils 0,004 %	50 %
Stammkapital			25.000,00		100 %

Abhilfe könnte zukünftig jedoch unter Umständen die sog. „Versordnung über die Ausgestaltung der Gesellschafterliste“ schaffen, die derzeit als Referentenentwurf vorliegt. In diesem Entwurf wird die von der Rechtsprechung bislang abgelehnte Rundung von Kleinstbeteiligungen und die entsprechende Angabe „<1 %“ ausdrücklich zugelassen (§ 4 Abs. 5 des Entwurfs). Ob diese Erleichterung auch in der endgültigen Fassung der Verordnung enthalten sein wird, bleibt abzuwarten. Bis dahin verbleibt es bei der Notwendigkeit der dargestellten Angabe der exakten Prozentsätze.



## Arbeitsrecht – News Ticker

### Sonderzahlung und billiges Ermessen – auch bei wiederholter gleichmäßiger Gewährung:

Bundesarbeitsgericht (BAG) hat mit Urteil vom 23.08.2017 (10 AZR 376/16) entschieden, dass allein die gleichbleibende Ausübung des Leistungsbestimmungsrechts über einen längeren Zeitraum nicht zu einer Konkretisierung der Anspruchshöhe mit der Folge führt, dass jede andere Ausübung des Ermessens nicht mehr der Billigkeit entspräche. In dem konkreten Fall enthielt der Arbeitsvertrag die Bestimmung, dass eine Weihnachtsgratifikation gezahlt wird, die ‚derzeit ein Bruttogehalt nicht übersteigt‘, deren Höhe ‚jeweils jährlich durch den Arbeitgeber bekanntgegeben‘ und auf die im Juni ‚ein Vorschuss in Höhe von bis zu einem halben Monatsgehalt gezahlt‘ wird. Das BAG entschied, dass eine solche Klausel dem Arbeitgeber sowohl in Bezug auf den Vorschuss als auch auf die endgültige Höhe der Sonderzahlung in zulässiger Weise ein einseitiges Leistungsbestimmungsrecht einräumt, dass er auch bei wiederholter gleichmäßiger Gewährung bei jeder neuen Sonderzahlung umfänglich ausüben könne. Das Urteil zeigt anschaulich auf, dass die ermessensbasierte Sonderzahlung mit Blick auf die Flexibilisierung eine pragmatische Alternative zu der – in der Praxis weit verbreiteten – sog. Zahlung mit Freiwilligkeitsvorbehalt bilden kann.

### Betrieblich Altersversorgung: Altersabstandsklausel von 15 Jahren in Versorgungsordnung zulässig:

Das BAG hat mit Urteil vom 20.02.2018 (3 AZR 43/17) entschieden, dass Altersabstandsklauseln in Versorgungsordnungen, die einen Ausschluss von Hinterbliebenenleistungen vorsehen, wenn der überlebende Ehepartner/Lebenspartner mehr als 15 Jahre jünger ist als der verstorbene Arbeit-

nehmer, wirksam sind. Sie verstoßen nicht gegen das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG), da der Arbeitgeber ein legitimes Interesse an der wirtschaftlichen Begrenzung seiner Versorgungsleistungen habe und Ehen/Lebenspartnerschaften bei einem solchen Altersunterschied typischerweise darauf angelegt seien, dass der überlebende jüngere Partner einen Lebensabschnitt ohne den verstorbenen Partner zu verbringen. Das Urteil verschafft Rechtsklarheit für Altersabstandsklauseln und kann daher zur Begrenzung der wirtschaftlichen Belastungen aus Versorgungsleistungen uneingeschränkt in der Praxis verwendet werden.

### Mitbestimmung des Betriebsrats: Erklärung des Arbeitgebers, mobile Arbeitsmittel sollten in der Freizeit nicht zu dienstlichen Zwecken genutzt werden, unterliegt nicht der Mitbestimmung.

Das BAG hat in seinem Beschluss vom 23.08.2017 (10 AZR 376/16) entschieden, dass die – als Selbstverpflichtung gegenüber den Arbeitnehmern kommunizierte – Erklärung des Arbeitgebers, dass mit der Ausgabe eines mobilen Arbeitsmittels nicht die Erwartung verbunden ist, dieses in der Freizeit zu dienstlichen Zwecken zu nutzen, nicht der Mitbestimmung gemäß § 87 Abs. 1 Nr. 1 BetrVG unterliegt. Eine solche Klarstellung des Arbeitgebers betreffe das mitbestimmungsfreie Arbeitsverhalten des Arbeitnehmers, nicht das der Mitbestimmung unterliegende Ordnungsverhalten. Der Beschluss schafft Klarheit für Arbeitgeber, die eine ausreichende ‚work life-balance‘ für ihre Mitarbeiter sicherstellen wollen und dafür autonom – also ohne vorherige Beteiligung des Betriebsrats – solche Selbstverpflichtungen abgeben wollen.



{ INTERVIEW }



28

{ TITELSTORY }

**Malte Wettern im Gespräch mit  
Hadi Teherani**

# „Der Entwurf ist schon da, du musst ihn nur noch erkennen.“

## Kreativ-Geheimnisse eines Star-Architekten

**Sie hatten am 2. Februar Geburtstag. Der HAMBURGER UNTERNEHMER gratuliert Ihnen nachträglich ganz herzlich und möchte wissen: Bleiben Sie uns noch lange als Architekt und Designer erhalten? Welche Lebensvisionen und -pläne haben Sie für die nächsten 10 Jahre?**

**Hadi Teherani:** Natürlich bleibe ich der Stadt Hamburg als Architekt erhalten. Ich halte es wie Oscar Niemeyer, der noch mit 104 Jahren bis er starb ein Büro mit 70 Mitarbeitern leitete. Und kurz zuvor mit 101 Jahren noch geheiratet hat. Das sind meine Ziele.

Meine Lebensvision ist so weiterzumachen wie ich das bislang getan habe: Immer frisch bleiben, immer voraus denken, aktiv am weltweiten Architektur-Prozess teilnehmen.

**Im Jahr 2012 haben Sie sich von Ihren langjährigen Geschäftspartnern getrennt, um Ihre unternehmerische Vision stärker zu verfolgen: Produktdesign und Inneneinrichtung in Einklang mit Architektur. Wie entstand diese Vision?**

**Teherani:** Die Vision entstand daraus, dass wir in der Architektur in der Regel Prototypen bauen. In diese fließt jedes Mal viel Gedanken- gut und Forschung hinein, die nur ein einziges Mal zur Verwendung kommt. Beim Produktdesign ist es anders – dort denkt man einmal und es kommt vielfach zur Anwendung.

**Oft müssen Unternehmer bei der Realisierung von Visionen Hürden überwinden und schwierige Phasen durchstehen. Wie war das bei Ihnen? Und was hat Sie motiviert dran zu bleiben?**

**Teherani:** Wenn man etwas Neues denkt ist es immer schwierig die Menschen auf dieser Fahrt mitzunehmen. Es werden immer einige aussteigen, aber man muss seinen strengen Fahrplan eben durchziehen um zu einem Ergebnis zu kommen.

**Hadi Teherani** – 1954 in Teheran geboren, aufgewachsen in Hamburg – studierte von 1977 bis 1984 Architektur an der TU Braunschweig. Die darauffolgenden drei Jahre arbeitet er im Planungsbüro von Professor Joachim Schürmann in Köln. Von 1989 bis 1991 lehrte er an der TU Aachen am Lehrstuhl von Professor Volkwin Marg. Seit 1990 ist er als Architekt selbständig und gründete 1991 mit Jens Bothe und Kai Richter das Büro BRT mit Sitz in Hamburg. Von 1993 an hatte er zahlreiche Lehraufträge, hält international Vorträge und gibt Workshops. 2003 gründete er Hadi Teherani Design, neben dem Produkt Design gehört heute auch Interior Design zum Firmenprofil. Seit 2012 ist Hadi Teherani alleiniger Inhaber von Hadi Teherani Architects. Neben dem Headquarter in Hamburg und einem Office in Frankfurt ist er mit internationalen Standorten in Bangalore, Abu Dhabi und Teheran vertreten und beschäftigt aktuell rund 100 Mitarbeiter.

Weitere Informationen unter:

[www.haditeherani.com](http://www.haditeherani.com)



Aber man kann fast sagen: Je besser es der Wirtschaft geht, desto weniger sind außergewöhnliche Lösungen gefragt.



**Was sind für Sie optimale politische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen, um visionäre Projekte zu realisieren? In welchem Umfang finde Sie diese in Deutschland bzw. was machen andere Länder, in denen Sie bauen, besser?**

**Teherani:** Grundsätzlich ist die Lösungsfindung unter verschiedenen wirtschaftlichen und politischen Situationen immer interessant. Es muss nicht unbedingt die beste Wirtschaftslage und die beste politische Situation sein. Denn wenn wir Architektur machen suchen wir die Lösung für das Jetzt und Heute. Genau das ist wichtig für uns. Aber man kann fast sagen: Je besser es der Wirtschaft geht, desto weniger sind außergewöhnliche Lösungen gefragt. Denn während einer guten wirtschaftlichen Phase lässt sich alles vermarkten, wenn es aber ein bisschen enger wird, dann hat man mit besonderen Lösungen eine größere Chance.

**Ihre kreativen Gebäude-Kreationen prägen bereits das Hamburger Stadtbild. Doch wie sähe Hamburg aus, wenn man Ihnen gestalterisch freie Hand ließe? Was wäre Ihre Vision für die Stadt?**

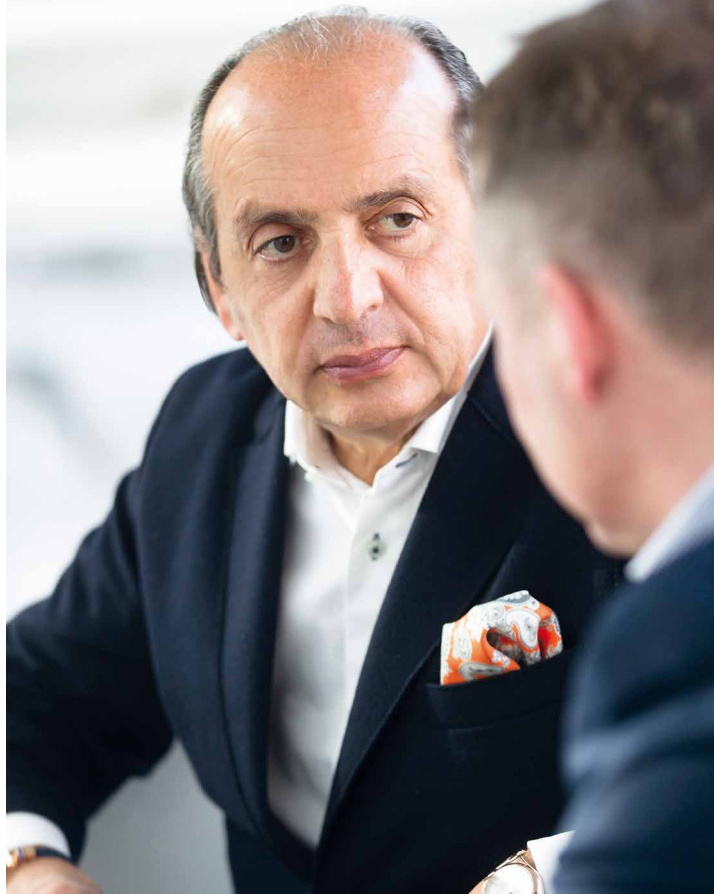
**Teherani:** Hamburg würde eine schöne Stadt an der Elbe und Alster bleiben. Ich sage immer: Eine Stadt muss Geschichte erzählen können. Aber sie braucht auch phantastische neue Geschichten. Und dafür bin ich zuständig – auch in der Zukunft Dinge zu planen, aber aus der alten Geschichte heraus, sodass es ein Gesamtkunstwerk bleibt.

**Was wurde Ihrer Meinung nach bei der Planung und Bebauung der Hafencity richtig gemacht und was könnte besser sein?**

**Hadi Teherani** ist ein äußerst produktiver und vielseitiger, international ausgezeichnete deutscher Architekt und Designer. Seine Arbeit vollzieht sich in jeder Beziehung grenzüberschreitend, jenseits von Nationalitäten und Fachdisziplinen. Die Projekte zielen auf atmosphärische Ausstrahlung, emotionale Eindringlichkeit und eine ökologisch fundierte Nachhaltigkeit, die schon im Entwurf angelegt wird. Der erste ‚grüne‘ Bahnhof Deutschlands am Frankfurter Flughafen und die Kölner Krankenhäuser am Rheinufer sind, wie viele internationale Projekte, zu weithin wirksamen Landmarken geworden. In der ungewöhnlich weit reichenden Kompetenz von der Architektur über den Städtebau bis zu Interior und Produkt Design gelingen Kompositionen, in denen alle Elemente harmonisch zusammenwirken. Abu Dhabi, Berlin, Dubai, Hamburg, Istanbul, Kopenhagen, Rom und Teheran gehören genauso zu den Metropolen, für die geplant wird, wie Moskau und Mumbai. Das E-Bike, der Konferenztisch (Thonet), Ledersitzmöbel (Walter Knoll), eine modulare Küche (Poggenpohl), Leuchten (Zumtobel/Steng), Showrooms und Flagship Stores (Kiton) sind ebenso Teil des Werkverzeichnisses wie Hochhäuser, Unternehmenszentralen, Behörden, Einkaufswelten, Börsen, Bahnhöfe, Schulen und Universitäten. In den letzten Jahren sind vor allem innovative Konzepte für einen nachhaltigen urbanen Wohnungsbau entwickelt und realisiert worden.

Eine Stadt muss Geschichte erzählen können. Aber sie braucht auch phantastische neue Geschichten.





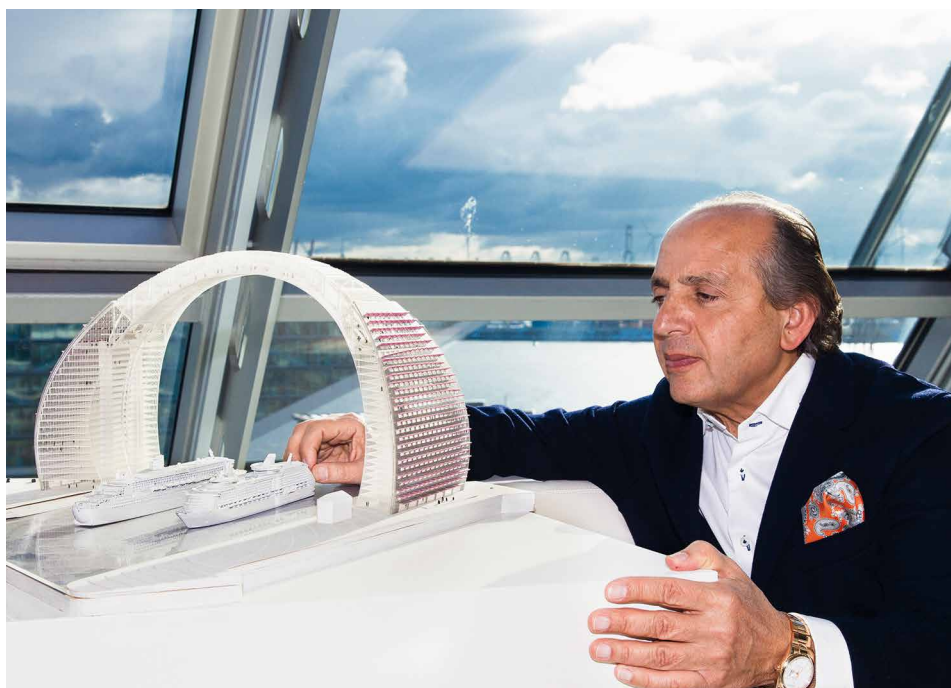
Fotos: Toni Momtschew

**Teherani:** Richtig gemacht wurde, dass man sich an die topographische Struktur mit dem Hafen und den Wasserkanälen gehalten hat und Wohn- und Gewerbebebauung bis hin zur Philharmonie als Highlight an der Spitze an diesen Kanälen realisierte. Was man hätte anders machen können ist vielleicht, dass man die Vision einer kräftigeren Struktur hätte denken können, in der mit dem Wasser zusammen ein Gesamtkunstwerk, wie in der Speicherstadt, hätte entstehen können. Häuser direkt im Wasser und auf der anderen Seite das Land. Wenn man sich Venedig anschaut, sieht man eine solche starke Struktur. Dort stehen die Häuser direkt im Wasser und es gibt Wasserstraßen über die man überall hingelangen kann. Aber künstlerisch betrach-

tet ist es eine stärkere Struktur als die schlichte Inselbebauung, die man hier umgesetzt hat. Denn das, was wir an der Speicherstadt lieben, ist eben gerade der harte Kontrast. Dort hat man die Spannung zwischen der Fassade und der Wasseroberfläche. Und auf der anderen Seite dann das Land. Man hätte etwas architektonisch Stärkeres bauen können. Die Alsterarkaden führen dies vor Augen: Dort kann man direkt am Wasser in den Arkadengängen gehen, man ist vor Wind und Regen geschützt, das Bauwerk hat eine wunderschöne architektonische Präsenz.

***Sie planen derzeit ein neues Projekt in der Hafencity am Strandkai. Was ist sein gestalterisches Konzept?***

**Teherani:** Wenn ich am Hafen baue, versuche ich natürlich immer den Genus Loci zu erwischen, d.h. ich versuche immer etwas von den Elementen Hafen, Schiffe, Kräne, Lagergebäude einzubringen, eben den ortsspezifischen Themen. Wir haben für China Shipping, eine Firma, die Schiffe mit Containern belädt, ein Bürogebäude gebaut, das aussieht wie ein Van-Carrier – das sind die Stahlkolosse hier auf der anderen Elbseite, die Container hin- und herfahren. Und das Gebäude sieht aus wie Container an einem Stahlgerüst. So findet man in der Architektur die besondere Hafenstruktur wieder. Ähnlich sind wir in Köln vorgegangen. Dort haben wir, als der Hafenbetrieb aus dem Hafen verschwunden ist, drei riesige Kräne gebaut. Auch diese erinnern an die Hafenarbeit und sind gleichzeitig und trotzdem etwas sehr Modernes, Stadtprägendes. Was wir jetzt bauen, ist ein Turm neben dem Marco-Polo-Tower, ein Turm in dem man sich vorkommt, als ob man sich auf einem eleganten Schiffsdeck befindet. Dort ist es eben das Element Schiff, das wir architektonisch umgesetzt haben, inspiriert von den Yachten.



„Wenn ich am Hafen baue, versuche ich natürlich immer den Genus Loci zu erwischen, d.h. ich versuche immer etwas von den Elementen Hafen, Schiffe, Kräne, Lagergebäude einzubringen, [...]“



**Unter dem Motto ‚Stromaufwärts an Elbe und Bille‘ plant der Senat nun nach der Hafencity vor allem die Entwicklung des Hamburgs Ostens. Wie und wo sehen Sie die Zukunft unserer Stadtentwicklung?**

**Teherani:** Im Osten liegt eine große Fläche, die einst eine dichte Stadtstruktur hatte und nach dem Krieg großflächig zerbombt war. Später hat sich dort Gewerbe angesiedelt. Dieses Gebiet wieder zum Leben zu erwecken, im Sinne der ursprünglichen Bebauung wieder an den Kanälen zu wohnen, ist eine gute Entwicklung. Gerade das macht Hamburg schließlich aus – es gibt hier, glaube ich, doppelt so viele Brücken wie in Venedig und Amsterdam zusammen. Es gibt Kanäle, an denen die Häuser unmittelbar am Wasser stehen. Das ist es, was Hamburg seinen unverwechselbaren Charakter verleiht. Ein prägnantes Beispiel ist die Isestraße, wo die Häuser kilometerlang unmittelbar am Wasser stehen. Wohnen am Kanal – das macht Hamburg als Stadt aus. Dadurch setzt sich Hamburg von anderen Städten ab.

**Woher kommt die Inspiration und was sind Ihre Beurteilungskriterien, um bei Ihren eigenen und den Ideen Ihrer Mitarbeiter zwischen ‚große Idee‘, ‚hat Potential‘ und ‚nein‘ zu entscheiden?**

**Teherani:** Das hängt immer davon ab, über welches Grundstück man spricht, in welchem

Kontext es steht. Unsere Entwürfe sind immer ein Maßanzug. Deshalb sage ich immer, wenn ich ein Grundstück sehe: der Entwurf ist schon da, du musst ihn nur noch erkennen. Das bedeutet, dass man sich im Städtebau einordnen und eine gute Lösung für den spezifischen Ort präsentieren muss. Dann beantworten sich viele Fragen von selbst.

**Sie sind nicht nur Architekt und Produktdesigner, sondern auch Chef von ca. 100 Mitarbeitern an sechs Standorten im In- und Ausland. Nach welchen Prinzipien führen Sie und wie schaffen Sie ein kreativitätsförderndes Arbeitsklima?**

**Teherani:** Das ist ein Steckenpferd von mir: Ich habe von Anfang an versucht ein Kreativ-Büro zu gründen. Ich habe immer Wert aufs Büro gelegt, auf seine Gestaltung. Nur wenn diese gelungen ist, fühle ich mich wohl, und wenn ich mich dort wohlfühle, fühlen sich meine Mitarbeiter ebenfalls wohl. Wir haben ca. jedes fünfte Jahr das Office gewechselt und uns dabei immer gesteigert. Oft wurde ich gefragt, warum ich aus diesem schönen Büro ausziehe.

Unsere Entwürfe sind immer ein Maßanzug. Deshalb sage ich immer, wenn ich ein Grundstück sehe: der Entwurf ist schon da, du musst ihn nur noch erkennen.

Meine Antwort war immer: Es gibt wieder ein Morgen, einen nächsten Ort.



Das Büro ist sehr wichtig für mich – und doppelt so wichtig für die Atmosphäre. Ich wünsche mir Kreativität, bei uns wird kein lautes Wort gewechselt, es gehört zu meiner Lebensphilosophie, dass ich mich im Büro wohlfühlen muss. Denn die meiste Zeit und die beste Zeit des Tages verbringe ich dort, warum sollte es uns dort also schlechtgehen?

***Die Arbeitswelt ist im Umbruch – kollaborative Entscheidungsprozesse, flexible Arbeitszeiten und ortsunabhängiges Arbeiten setzten sich langsam durch. Wie sieht das bei Ihnen aus?***

**Teherani:** Es mag sein, dass es manche Bereiche gibt in denen man outsourcen kann, in denen man Homeoffice anbieten kann. In unserem Fall ist dies nicht so, denn wir müssen in Teams und gemeinsam an den Projekten arbeiten, da sind die Nähe und das Persönliche unerlässlich. Wir können diese Wege deshalb nicht gehen.

***Das gesellschaftliche Bewusstsein in Deutschland ist im Wandel. Tragen Sie dem Rechnung? Welche Rolle spielt Ökologie, Nachhaltigkeit und Gesundheitsförderung bei der Entwicklung Ihrer Gebäude, Innenarchitektur und Produkte?***

**Teherani:** Das ist Basic-Standard, den wir bereits seit 20 Jahren verfolgen. Das ist für uns nichts Besonderes mehr, sondern eine Selbstverständlichkeit. Dazu kommt, was mir sehr wichtig ist, die Raumqualität. Denn man darf bei aller Nachhaltigkeit das Architektonische nicht vergessen.

Das Büro ist sehr wichtig für mich – und doppelt so wichtig für die Atmosphäre. Ich wünsche mir Kreativität, bei uns wird kein lautes Wort gewechselt, es gehört zu meiner Lebensphilosophie, dass ich mich im Büro wohlfühlen muss.





## KOOPERATION AGA

# Visionen für eine bessere digitale Welt

## Porträt des AGA-Mitglieds Acando

von Christian Buchholz

**K**ünstliche Intelligenz, Mobility oder das Internet of Things – für Guido Ahle gehören diese Schlagworte zum täglichen Sprachgebrauch. Denn der Geschäftsführer der Acando GmbH hat mit seinem Unternehmen eine Vision:

„Wir wollen die digitale Welt jeden Tag ein Stückchen besser machen.“

Genau aus diesem Grund berät Acando kleine wie große Unternehmen in IT-Fragen. „Wir sind diejenigen, die technische Innovationen zum Leben erwecken“, fügt Ahle hinzu. Seit der Gründung von Acando vor 18 Jahren ist der Managing Director an Bord. Mittlerweile hat Acando in Deutschland knapp 500 Mitarbeiter, etwa 200 arbeiten am Hauptsitz in Hamburg mit Blick über Reeperbahn und Heiligengeistfeld.

Digitalisierung wird in Deutschland aktuell heiß diskutiert. Aber vor allem in puncto digitaler Infrastruktur gibt es noch viel zu tun.

„Zum Beispiel beim Thema Breitband. Hier liegen wir im Vergleich zu den skandinavischen Ländern weit zurück“,

erklärt Guido Ahle.

Dabei ist schnelles Internet die Grundvoraussetzung, um digitale Prozesse im Alltag und in Unternehmen abbilden zu können. Das wissen die Beschäftigten der Acando GmbH nur allzu gut. Sie beraten Unternehmen auf dem Weg ins digitale Zeitalter und zeigen zukunftsfähige Lösungen auf, die beispielsweise Arbeits- und Organisationsprozesse vereinfachen und mit denen sie ihre Endkunden auf innovative Art und Weise erreichen können. Die Vorgehensweise von Acando beschreibt Ahle in drei Schritten:

„Zunächst geht es darum, eine Vision zu haben. Im zweiten Schritt definieren wir das genaue Zielbild und anschließend begleiten wir den Umsetzungsprozess.“

Wie digitaler Wandel funktionieren kann, verdeutlicht Guido Ahle anhand eines Beispiels: Für einen Kunden aus der TV-Branche entwickelte Acando vor einiger Zeit ein Omnichannel-Konzept, bei dem alle Anfragen auf sämtlichen Kommunikationskanälen digitalisiert und automatisiert wurden. „Unter anderem mit Hilfe von Chatbots und Sprachcomputern“, erläutert der Managing Director. Mit dem Endergebnis sind alle Beteiligten sehr zufrieden: Für den Endkunden wurde der Bestellprozess erheblich vereinfacht, gleichzeitig steigerte der TV-Sender dank innovativer Technologien die Effizienz in seinen Arbeitsabläufen enorm.



**Guido Ahle**, Geschäftsführer der Acando GmbH

### Info

**Unternehmen:**  
Acando GmbH

Acando ist ein in Nord-europa führendes Unternehmen für Management- und IT-Beratung mit dem Schwerpunkt auf Digitale Transformation. Die deutsche Acando GmbH mit Hauptsitz in Hamburg ist Tochter der weltweit agierenden Unternehmensgruppe Acando AB aus Schweden. Die deutsche Geschäftsleitung besteht aus Guido Ahle, Daniel Winkler und Peter Ostrop. Aktuell beschäftigt Acando rund 1.900 Mitarbeiter in Deutschland, Schweden, Norwegen, Finnland sowie Lettland. Derzeit gibt es acht deutsche Niederlassungen mit 500 Mitarbeitern in allen wichtigen Wirtschaftszentren. Der Umsatz betrug zuletzt rund 240 Millionen Euro weltweit, wovon 39,2 Millionen Euro in Deutschland erwirtschaftet wurden.

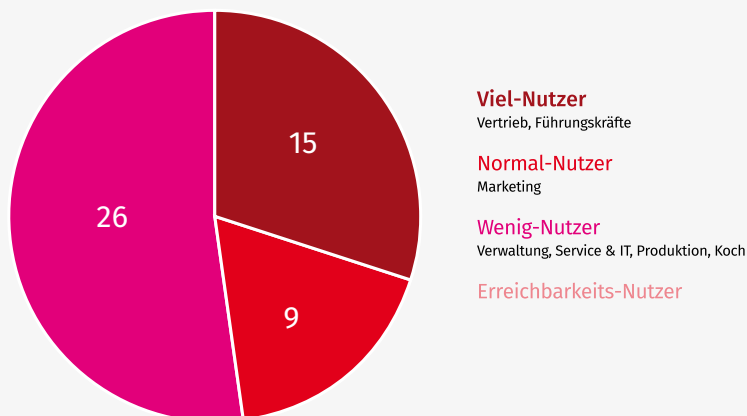
Weitere Informationen unter:

[www.acando.de](http://www.acando.de)

### Branchenberater – Telefonie und SMS national

Nutzer: 50

Telefonie national	6.040 Min	121 Min / Nutzer
SMS national	355 SMS	7 SMS / Nutzer



Quelle: Weiss AG

„Die Dynamik von Digitalität beeinflusst längst alle Bereiche des Lebens und ist keinesfalls nur auf Unternehmen beschränkt. Sie betrifft jeden Menschen unmittelbar.“

„Dass sich die Arbeitsorganisation im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung verändern muss, haben viele Unternehmer bereits verstanden“,

berichtet Guido Ahle.

Deshalb müssen er und seine Kollegen bei ihren Kunden kaum noch Überzeugungsarbeit leisten. „Die Dynamik von Digitalität beeinflusst längst alle Bereiche des Lebens und ist keinesfalls nur auf Unternehmen beschränkt. Sie betrifft jeden Menschen unmittelbar.“

Selbstverständlich ist die Digitalisierung bei Acando fester Bestandteil der Unternehmenskultur. In diesem Prozess ist auch der AGA Unternehmensverband behilflich. Mit Seminaren, sogenannten PraxisForen und einer umfangreichen Rechtsberatung.

Acando hat in den zurückliegenden Jahren sehr stark in ein modernes Arbeitsumfeld investiert. Mit dem Ergebnis, dass das Unternehmen beim Wettbewerb ‚Great Place to Work‘ als einer der ‚Besten Arbeitgeber Deutschlands 2017‘ und einer der ‚Beste Arbeitgeber in der ITK 2017‘ ausgezeichnet wurde.

Anzeige

Imagefilm  
Werbefilm  
Produktfilm  
Unternehmensfilm  
Animationsfilm  
3D-Film  
Messefilm  
POS-Film  
YouTube-Film

# Sie wollen einen Film? Sie kriegen einen Film.

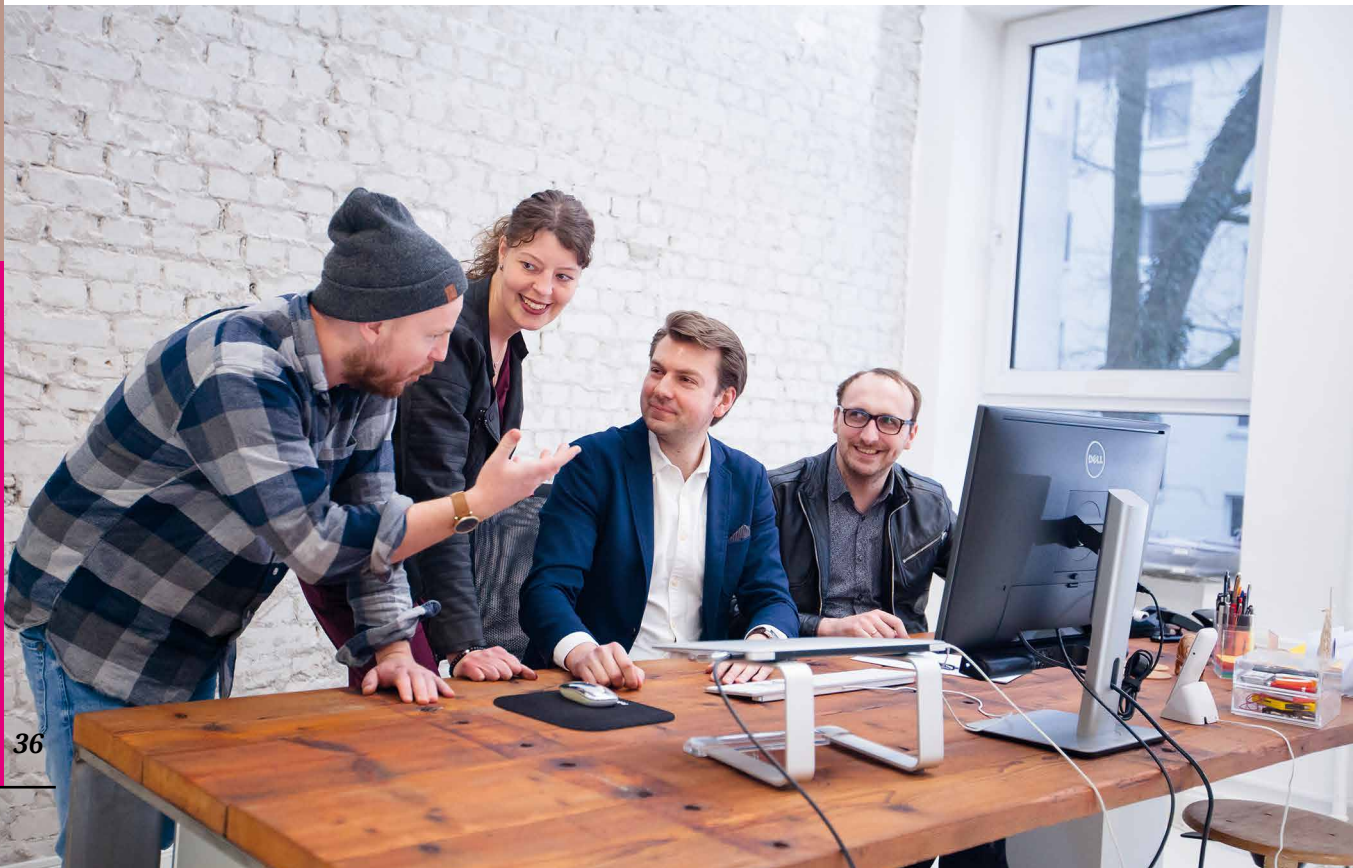
**FRISCHER FILM**   
Die Filmproduktion für Unternehmen

☎ 040 – 181 335 56  
✉ [hallo@frischerfilm.de](mailto:hallo@frischerfilm.de)  
🌐 [www.frischerfilm.de](http://www.frischerfilm.de)

IM GESPRÄCH

# „Überall bewegt sich alles.“

Ein frischer Filmproduzent  
und seine ambitionierte Vision



36

Welche Trends gibt es beim Bewegtbild und wie profitieren auch kleine und mittelständische Unternehmer davon? Nathalie Rieck und David Friedemann haben Frischer Film besucht und mit dem Geschäftsführer Peter Zickermann darüber gesprochen, wie er Unternehmen entlang der Elbe bei Produktvermarktung und Recruiting unterstützt.





**Peter Zickermann,**  
Geschäftsführer von  
Frischer Film.

### ***Ihre Vision des Unternehmertums entstand in Schülerzeiten. Wie kam es dazu?***

**Peter Zickermann:** Schon in jungen Jahren habe ich mich – anders als viele meiner Mitschüler – sehr für Unternehmen interessiert und zu den Menschen hingeschaut, die eine Erfolgsstory im Koffer hatten. Richtig auf den Geschmack gekommen bin ich aber tatsächlich beim Wettbewerb ‚Schüler im Chefessel‘, der damals vom BJU organisiert wurde. Da ich den Bundespreis dann auch gewonnen habe, durfte ich in dieser Zeit viele interessante Unternehmer kennen lernen und fand einfach faszinierend, was sie zu erzählen hatten. Ich denke, diese Zeit hat mich tatsächlich sehr geprägt und mit den Anschlag dafür gegeben, selbst Unternehmer zu werden.

### ***Mit Frischer Film erstellen Sie Imagefilme für mittelständische Unternehmen. Einfach gefragt: Warum spielt Bewegtbild inzwischen eine so wichtige Rolle in der Unternehmenskommunikation?***

**Zickermann:** Weil Menschen es lieben, Videos anzuschauen. Kein anderes Medium kann in Sekunden derart viel im Kopf eines Zuschauers in Gang bringen, wie ein guter Film, ein schneller Spot oder ein überzeugendes Statement. Positive Emotionen, Aufmerksamkeit und substanzielle Inhalte sind ganz wichtige Bausteine in der externen wie internen Unternehmenskommunikation. Und wir leben nun mehr denn je in einer digitalen Welt; Smartphones, Tablets, YouTube, Facebook, Instagram, Snapchat, überall bewegt sich alles. Und das ist gut.

### ***Auf Ihrer Webseite geben Sie unter dem Begriff Vision an, ‚preiswerte und professionelle Videos für Straßenläden bis zum großen Unternehmen zu erstellen‘. Wie gelingt das?***

**Zickermann:** Genau diese Frage haben wir uns vor knapp drei Jahren, als wir Frischer Film gegründet haben, auch rauf und runter gestellt. Dann haben wir uns den Markt der Videoanbieter sehr genau angeschaut und gesehen, dass vornehmlich zwei große Kategorien agieren: Die Branchenriesen, die tolle



**Unternehmen:**  
Frischer Film

**Schwerpunkt:**  
Frischer Film erstellt für Unternehmen Imagefilme, Event- / Messefilme, Produktfilme, Recruitingfilme, Animationsfilme (2D/3D) und Luftaufnahmen. Von der Konzeption über die Dreharbeiten bis hin zum fertigen Schnitt übernimmt Frischer Film den gesamten Produktionsprozess. Circa 100 Projekte setzt das Unternehmen im Jahr um, sowohl für große und mittelständische Unternehmen als auch für Start-Ups. Sitz mit eigenem Filmstudio ist St. Pauli, Hamburg.

**Gründungsjahr:**  
2015

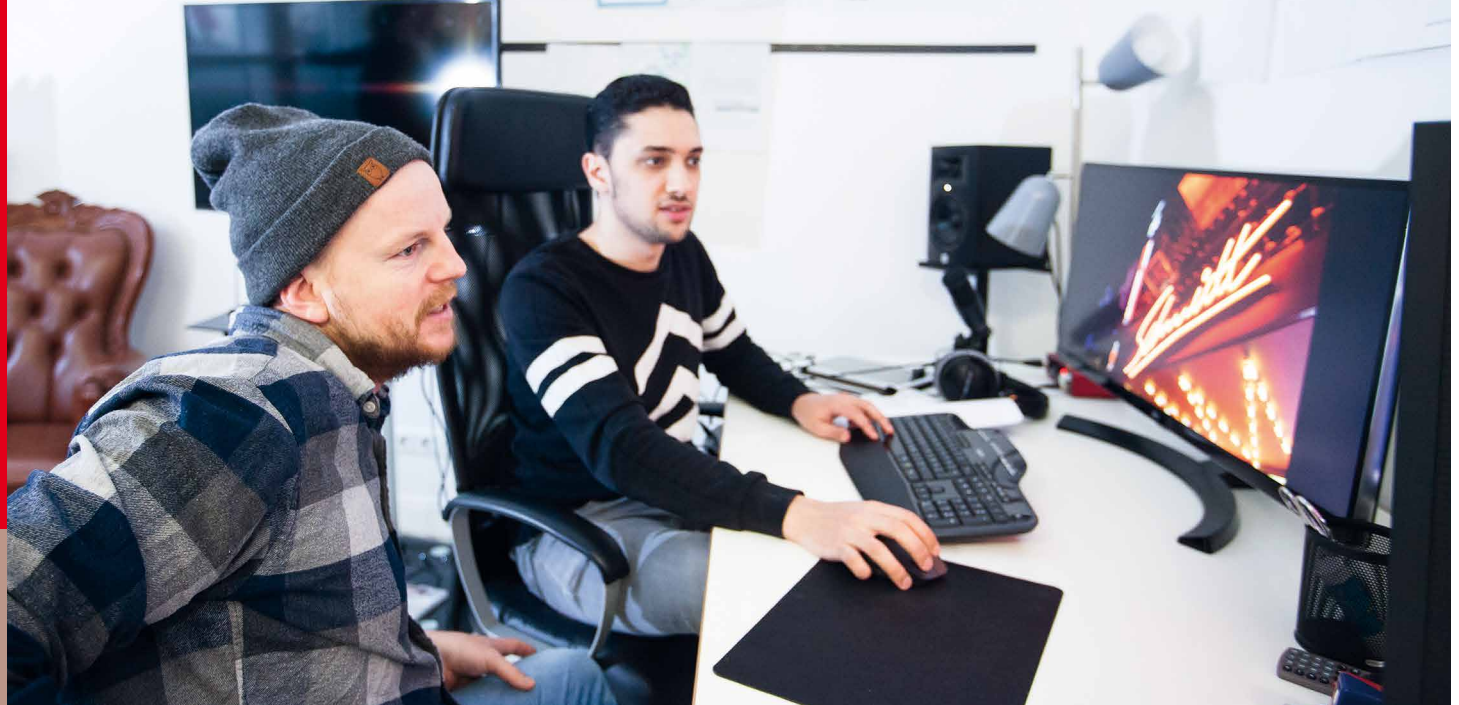
**Mitarbeiter:**  
8

**Sitz:**  
Hamburg

Weitere Informationen unter:

[www.frischerfilm.de](http://www.frischerfilm.de)





Fotos: Toni Momtschew

Werbefilme mit einem hohen Budget- und Produktionsaufwand erstellen. Und einzelne Kameramänner, die die restlichen Zwergenaufgaben erledigen. Dazwischen haben wir keine echte Alternative für den Mittelstand gesehen.

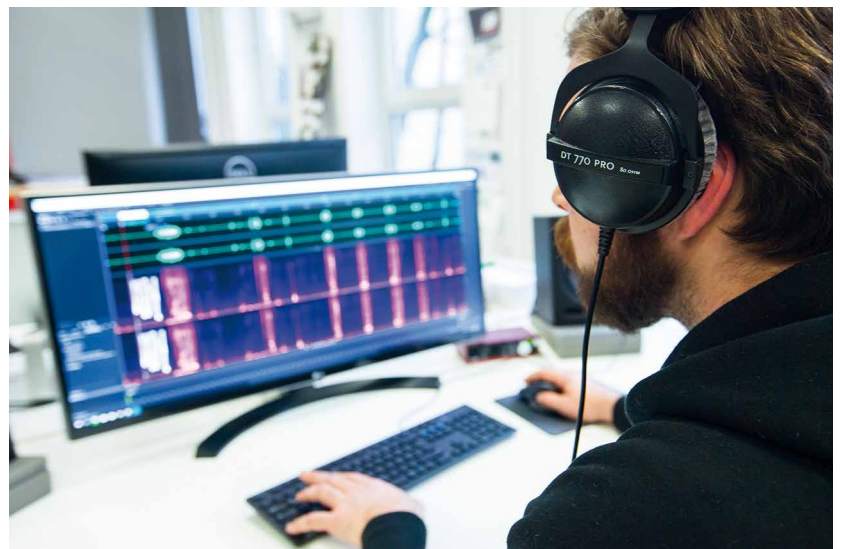
### ***Was genau machen Sie anders?***

**Zickermann:** Nicht jedes Projekt benötigt ein zehnköpfiges Drehteam, zwei Lkws und eine Kamera, die den Wert eines Neuwagens hat. Es geht schlanker. Allein die Technik für einen 1A-Imagefilm passt heute bisweilen in einen Rucksack, na gut, Kofferraum. Deshalb sagen wir:

Früher konnten sich nur DAX-Konzerne Imagefilme leisten. Mit uns bekommt jedes mittelständische Unternehmen brillante Bilder.

### ***Auch die Einbindung von Bewegtbild in Onlineshops nimmt stark zu. Wie verändert die bewegte Darstellung von Produkten den Online-Markt?***

**Zickermann:** Enorm. Die Möglichkeit, das Produkt mit einem Video erlebbar zu machen, ist viel höher als mit einem Foto. Viele Onlinehändler und speziell die großen Marken, haben das längst verstanden und setzen in ihren Shops schon seit längerem schöne Produktvideos für ihr komplettes Sortiment ein. Ein Gamechanger steht aber noch aus. Und zwar gibt Amazon bald jedem Händler die Möglichkeit, neben Produktfotos auch Produktvideos hochzuladen.



### ***Schöne Produkt- oder Unternehmensfilme bieten sich nicht nur an, um Image zu transportieren. Auch bei der Suche nach passendem Personal setzen immer mehr Unternehmen auf Videos. Wie sehen Sie diesen Trend und welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?***

Die Möglichkeit, das Produkt mit einem Video erlebbar zu machen, ist viel höher als mit einem Foto.

**Zickermann:** Da sprechen Sie tatsächlich einen anderen großen Trend an, den auch wir beobachten. In den USA ist das Recruiting via Video etabliert. Fachkräfte stellen sich bei Unternehmen mit einem kurzen Bewerbungsvideo vor. Zwei, drei Minuten sind diese Videos meistens lang und beide Seite profitieren enorm. In Deutschland sind es vor allem die Unternehmen selbst, die oft nach jungen Mitarbeitern in den sozialen Netzwerken Ausschau halten und Recruitingfilme produzieren lassen. Eine der populärsten und erfolgreichsten Employer-Branding-Kampagnen der letzten Jahre hat sicherlich die Bundeswehr vor Jahren erstellt, als sie sich auch als IT-Arbeitgeber im Netz einen Namen gemacht hat. Für uns ist der Recruitingfilm mittlerweile zu einem der

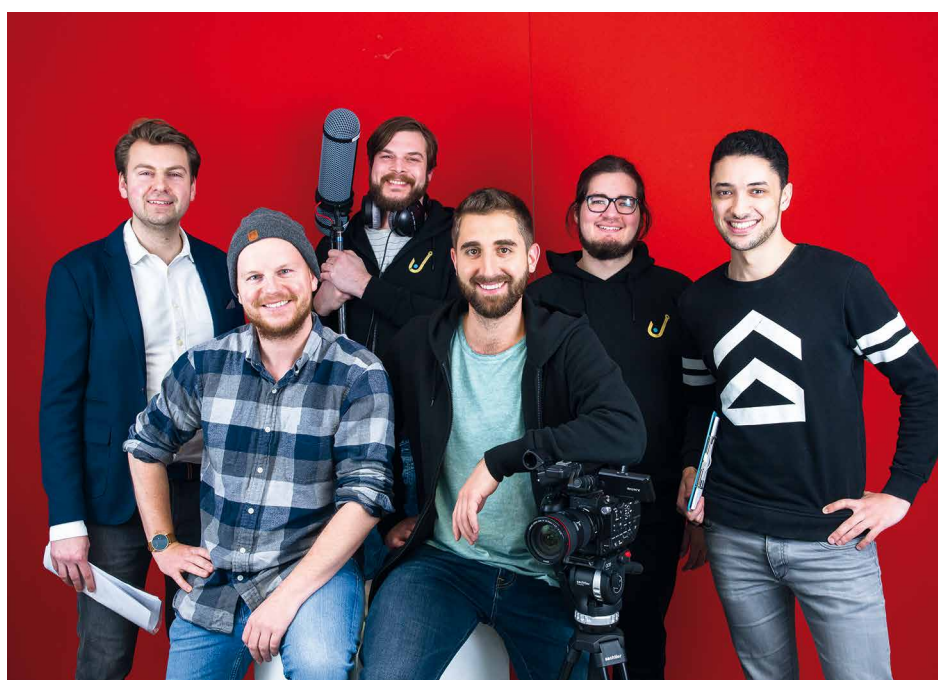




meistangefragten Formate aufgestiegen. In unserem Team sind diese Projekte immer besonders beliebt, weil der Recruitingfilm handfeste Inhalte und Mehrwerte transportiert. Schließlich sollen Azubis oder Young Professionals vom Unternehmen erfahren, welche Schätze der Arbeitgeber für sie parat hat.

***Haben Sie eine persönliche Vision?***

**Zickermann:** Frischer Film soll ein Leuchtturm in der norddeutschen Film-landschaft werden. Das heißt, wenn ein Unternehmen entlang der Elbe an ‚Bewegtbild‘ denkt, muss die Anfrage bei uns landen. Wenn das einmal geschafft ist, könnte ich mir auch gut vorstellen weitere Standorte zu eröffnen. Auf Mallorca zum Beispiel – da macht das Wetter einem auch nicht so oft einen Strich durch die Rechnung.



Anzeige

**Familienunternehmen**  
haben bei uns einen ganz besonderen Stand.

Messebau und Service  
seit 1978



[www.mdsmessebau.de](http://www.mdsmessebau.de)



IM GESPRÄCH

# „Erfolg und Misserfolg gehören zusammen.“

Der Umgang mit Geburt und Sterben großer Visionen

von Nathalie Rieck

Wahres Unternehmertum zeigt sich nicht nur in Hochphasen, wenn aus der Vision ein florierendes Business wird. Der wahre Geist eines Unternehmers offenbart sich im Scheitern. Vural Öger hat es geschafft, trotz seiner Insolvenzen am Ende einer Jahrzehnte währenden Erfolgsgeschichte voller Ehre und großem Reichtum nicht zu zerbrechen. Dementsprechend feierte beim 22. Ball der Familienunternehmer am 27. Januar in Hamburg ein Mann, der mit seiner Stärke noch immer inspiriert.

40



Wenn ich eine große potentielle Nachfrage sehe, frage ich mich als Investor als nächstes: Hat der Unternehmer das Wissen und die Leidenschaft, um die Vision umzusetzen? Schließlich ist es mit einer guten Idee und Kapital alleine nicht getan...

**Herr Öger, wir kennen Sie nicht nur als Gründer von Öger Tours, sondern auch als einen der fünf Investoren beim VOX-Format ‚Die Höhle der Löwen‘. Durch diese Sendung haben Sie viele Gründer und Ihre Ideen kennengelernt. Welche visionären Geschäftsideen sind noch in Erinnerung?**

**Vural Öger:** Ich erinnere mich insbesondere an die Brüder Maxim und Raphael Nitsche, zwei junge Mathematiker, die eine ‚System-Formel‘ entwickelt haben, mit der sich komplizierte mathematische Aufgaben lösen lassen. Das hat mir sehr imponiert. Dennoch habe ich mich damals in 2015 gegen eine Beteiligung ausgesprochen – mir schienen die Vorstellungen der beiden Gründer etwas zu selbstbewusst. Heute muss ich sagen, die Brüder waren zu Recht selbstbewusst: Im Herbst vergangenen Jahres konnten sie ihre Mathe-App für Schüler an den börsennotierten US-Lernanbieter Chegg für 12,5 Millionen Euro verkaufen.

**Woran erkennt man tragfähige Visionen?**

**Öger:** Wenn ein Produkt eingeführt wird, sollte man sich zuerst fragen: Ist ein Bedürfnis da? Lässt sich das Produkt verkaufen? Zu viele junge Gründer starten mit einem Angebot, das sie selbst begeistert oder das ihrem Sendungsbewusstsein entspringt, statt sich an den Bedürfnissen des Marktes zu orientieren. Wenn ich eine große potentielle Nachfrage sehe, frage ich mich als Investor als nächstes: Hat der Unternehmer das Wissen und die Leidenschaft, um die Vision umzusetzen? Schließlich ist es mit einer guten Idee und Kapital alleine nicht getan...

**Sie wissen aus Ihrer eigenen unternehmerischen Erfahrung, wie anspruchsvoll es sein kann, eine Idee nachhaltig am Markt zu platzieren. Was haben Sie den von Ihnen betreuten Teams mit auf den Weg gegeben?**

**Öger:** Wichtig ist der Glaube an sich selbst! Man muss sein Talent erkennen und dann auch einsetzen, seinen Weg gehen und nicht andere nachahmen. Weitere Erfolgsfaktoren sind die Identifikation mit dem Produkt sowie charakterliche Eigenschaften des Unternehmers wie Zuverlässigkeit, Berechenbarkeit und Durchhaltevermögen. Wie sagt man so gerne – ohne Fleiß kein Preis. Wer es als Unternehmer schaffen will, braucht unbedingt die Bereitschaft, mehr als 40 Stunden die Woche für seine Sache aktiv zu sein. Letztlich sollte sich jeder vor einer Gründung fragen: Wer bin ich? Kann ich das, was ich vor habe? Was genau will ich? Außerdem ist es unbedingt erforderlich, sich konkrete, messbare Ziele zu setzen und das eigene Tun regelmäßig aufs Neue zu hinterfragen.

**Auf einer bekannten Wissensplattform findet man ein Zitat von Ihnen aus der Zeit nach Ihrer Insolvenz mit der V.Ö.Travel – Vural Öger Touristik GmbH. Es lautet: ‚Eine Insolvenz gilt in Deutschland immer als Makel. Aber Erfolg und Misserfolg, Chance und Risiko gehören in der Wirtschaft zusammen. Ich hoffe, als Unternehmer nicht auf diesen Versuch, auf dieses letzte Scheitern reduziert zu werden.‘**

**Wie sind Sie damals mit dem Scheitern ganz praktisch umgegangen und wie mit den ganzen Gefühlen, die solch eine Situation unweigerlich auslöst?**

**Öger:** Die Insolvenz hat mich vor allem emotional hart getroffen. Sie entstand unerwartet, resultierend aus einer politischen Veränderung in der Türkei. Vor allem durch die Vielzahl an wegbleibenden Gästen aus Russland war ich gezwungen, kurzfristig neun Hotels zu schließen und die rund 4.500 Mitarbeiter zu entlassen. Die ersten Monate habe ich noch versucht, aus eigenen Mitteln die Defizite der monatlichen Kosten von ca. fünf bis sechs Millionen Euro zu überbrücken. Es bestand (und besteht bis heute) jedoch keine Aussicht, dass sich langfristig die Situation in dem Land ändert. Jeder Gründer, der sein Baby groß gemacht hat, kann sich vorstellen, wie bitter es ist wenn dieses Baby dann Opfer der politischen Verhältnisse wird.

**Was mich aufrecht gehalten hat, war das Bewusstsein, auch in dieser schwierigen Phase entsprechend meiner Werte gehandelt zu haben.**

Dies bedeutet, immer und ganz besonders in Krisenzeiten alles Machbare zu unternehmen, hinter den von mir getroffenen Entscheidungen zu stehen und komme was wolle für meine Mitarbeiter da zu sein. Dies habe ich nach bestem Wissen und Gewissen getan, sonst könnte ich heute nicht in den Spiegel sehen.

**Was haben Sie für sich aus dieser Zeit mitgenommen?**

**Öger:** Aus dieser Zeit und aus der ebenfalls schwierigen Phase der Privatinsolvenz Ende 2016 habe ich gelernt, dass es immer weiter geht, ganz gleich wie desaströs die Situation auch aussehen mag. Ich habe noch deutlicher realisiert als zuvor, was mir im Leben wirklich wichtig ist, und ich habe erlebt, wer meine wahren Freunde sind. Leider hat mich meine Erfahrung auch dazu gebracht, keinem Menschen mehr so viel Vertrauen zu schenken wie einst. Das tut mir



Dipl.-Ing. **Vural Öger** wurde bekannt als Pionier der Türkeireisen ab Hamburg und Jurymitglied der TV-Sendung „Höhle der Löwen“. 1942 in der Türkei geboren, kam Öger 1960 nach Deutschland, wo er Ingenieurwesen studierte. 1969 gründete er in Hamburg das Reisebüro Istanbul, 1972 folgte die Gründung des Flugveranstalters Öger Türk Tur, 1982 die von Öger Tours (2010 an Thomas Cook AG verkauft). 2014 startete er mit V.Ö. Travel – Vural Öger Touristik (Insolvenz Ende 2015). Aktuell ist Öger Inhaber der Vural Öger Touristikgruppe sowie geschäftsführender Gesellschafter von Öger Consulting und Vural Öger Investment. Als SPD-Politiker erhielt Öger das Bundesverdienstkreuz am Bande für sein interkulturelles Engagement und seine Unterstützung zur Integration ausländischer Einwohner in Deutschland. 2004-2009 war er als EU-Abgeordneter mit Zuwanderungsfragen befasst.

[www.vuraloeger.de](http://www.vuraloeger.de)





Fotos: Toni Momtschew

in der Seele weh und entspricht nicht meinem großzügigen Gemüt, war für mich aber nach all dem die notwendige Konsequenz.

#### ***Gibt es einen kulturellen Unterschied der Nationen im Umgang mit dem Scheitern?***

**Öger:** Die deutsche Gesellschaft schätzt Beständigkeit und Sicherheit. Entsprechend werden ‚Fehler‘ und das Scheitern tabuisiert. Allerdings gibt es erste Anzeichen für eine Veränderung in Richtung Fehlerkultur und offenem Umgang mit Insolvenz. In 2017 sind eine Reihe von Büchern über das Scheitern erschienen und Anne Koark und Attila von Unruh tragen mit ihren offenen Berichten über ihre Insolvenzen in Vorträgen, Beratungsangeboten und Büchern dazu bei, dieses Thema zu einem Bestandteil der Unternehmervita zu machen, über den man reden kann. Andere Nationen gehen damit wesentlich entspannter und selbstverständlicher um. In Amerika z.B. ist man niemand, wenn man nicht mindestens eine Insolvenz durchgestanden hat.

***Wir sind auf ein Zitat von Ihnen gestoßen: ‚Ich habe immer das Schwierige gesucht.‘ Was reizt Sie an dem schwierigen Weg? Ist es noch heute so oder ist ‚der Löwe‘ ruhiger geworden?***

**Öger:** Die Lust an der Herausforderung ist sicherlich ein Stück Veranlagung. Prägend war allerdings auch meine Studienzeit. Unser Dozent sagte damals, wir würden in unserem Studiengang methodische Arbeitsweisen erlernen. Mit ihnen könnten wir uns alles aneignen und damit quasi jeden einholen. Es stimmte – mit diesen Arbeitsweisen war mir vieles möglich und ich habe mich immer mehr gestreckt um herauszufinden, was noch

machbar war oder wo meine Grenzen lagen. Bis auf die letzten Jahre war ich mit dieser Entscheidung, immer das Schwierige zu suchen, auch erfolgreich. Und zwar unternehmerisch, politisch und gesellschaftlich. Um auf Ihre Frage des ‚ruhiger Werdens‘ zu antworten: Nein, ich stelle mich nach wie vor liebend gerne auch großen Herausforderungen.

***Auch wenn Ihre Firma V.Ö.Travel-Vural Öger Touristik GmbH letztlich nicht überlebensfähig war, ist es doch bemerkenswert, dass Sie sie im Alter von 72 Jahren gegründet haben, drei Jahre nach dem Verkauf Ihres Unternehmens an Thomas Cook. Was hat Sie bewegt, noch einmal loszulegen? Warum haben Sie sich nicht dafür entschieden, das Leben und Ihre Gesundheit fernab der Berufswelt zu genießen?***

**Öger:** Nennen wir es das ‚Niki-Lauda-Syndrom‘ – wenn man seinen Liebling, der einen Jahre oder Jahrzehntlang begleitet hat, verkauft, will man ihn irgendwann zurück. Außerdem ist mein Vater 92 Jahre alt geworden. Die Perspektive, möglicherweise 20 Jahre ohne herausfordernde Aufgabe zu verbringen, fand ich nicht reizvoll. Dafür bin ich zu gerne Unternehmer.

***Jetzt sind Sie 76 Jahre alt und wirken kraftvoller und dynamischer als so manch 50-Jähriger. Wie halten Sie sich fit?***

**Öger:** Vermutlich habe ich die guten Gene meines Vaters geerbt. Ich tue aber auch viel für meine Fitness – für die körperliche wie für die geistige. Denn ab dem vierzigsten Lebensjahr entscheidet jeder selbst, wie fit und jugendlich er sein will. Deshalb mache ich jeden Morgen 30 Minuten Gymnastik und laufe 30 Minuten schnell an der frischen Luft. Dann gehe ich drei bis viermal pro Woche schwimmen und zwei bis dreimal wöchentlich in die

Eine positive Einstellung ist immer hilfreich, aber auch eine Aufgabe.

Nennen wir es das ‚Niki-Lauda-Syndrom‘ – wenn man seinen Liebling, der einen Jahre oder Jahrzehntlang begleitet hat, verkauft, will man ihn irgendwann zurück.

Sauna. Außerdem achte ich auf meine Ernährung: wenig Fette, Olivenöl, wenig Zucker, wenig Alkohol, viel Quellwasser mit etwas frischer Zitrone. Eine positive Einstellung ist immer hilfreich, aber auch eine Aufgabe. Beispielsweise habe ich kürzlich angefangen, mir selber Spanisch beizubringen, damit mein Gehirn fit bleibt. Und ich löse jeden Tag ein Sudoku-Rätsel Level 11/12. Neugierde und die Bereitschaft fortwährend zu lernen – wenn Sie das nicht wollen und von sich einfordern, verfallen Sie.

**Im Jahr 2001 erhielten Sie das Bundesverdienstkreuz am Bande für Ihr interkulturelles Engagement und für Ihre Unterstützung bei der Integration. Wie sehen Sie vor diesem Hintergrund die aktuelle Flüchtlings-Situation? Ist es eine Chance für den Fachkräftemangel, von dem viele Unternehmen betroffen sind?**

**Öger:** Wir haben damals einen Gesetzesentwurf für eine geordnete Zuwanderung, auch unter Berücksichtigung der Anforderungen der Wirtschaft, erarbeitet. Dieser wurde schon in den frühen Anfängen verwässert. Deutschland ist beiläufig Zuwanderungsland

geworden. Gastarbeiter kamen um zu arbeiten, sie wurden nicht wieder weg geschickt, folglich sind sie geblieben. Heute hat jeder vierte Bürger einen Migrationshintergrund.

Um den Bedarf an Arbeitskräften zu decken, bedarf es der Zuwanderung. Das, was Deutschland jedoch nicht braucht, ist die Zuwanderung auf Kosten der Sozialkasse, die Kapazitäten der Länder übersteigend und fern der Bedürfnisse der Wirtschaft.

Wollte man unser bestehendes Renten- und Sozialsystem beibehalten, bedürfte es im Durchschnitt einer Geburtenrate von 2,2 Kindern pro Frau. Aktuell liegen wir bei etwa 1,2 Kindern. Diese Statistiken sind bekannt. Dies und damit auch den Fachkräftemangel könnte man teilweise aus eigener Kraft erfolgreich meistern, in dem man sich fragt, was wir tun können, damit die Frauen in Deutschland mehr Kinder bekommen. Wir bauen die besten Autos der Welt, sind ausgezeichnet in jeder Organisation; da sollten wir es doch auch schaffen, mehr Menschen auf die Welt zu bringen. Frankreich hatte einst eine ähnliche Situation und hat es geschafft, die Geburtenrate von 1,2 Kindern auf 2,0 Kinder zu steigern. In Punkto Familienpolitik ist hier dringender Bedarf eine Basis zu schaffen.

Um den Bedarf an Arbeitskräften zu decken, bedarf es der Zuwanderung. Das, was Deutschland jedoch nicht braucht, ist die Zuwanderung auf Kosten der Sozialkasse, die Kapazitäten der Länder übersteigend und fern der Bedürfnisse der Wirtschaft.

Anzeige



HAMBURGER  
VERSORGUNGSWERK  
die-beste-Betriebsrente.de

# Sind Sie ein attraktiver Arbeitgeber?



Neue Versorgungsordnung 2018 anfordern: [info@hhvw.de](mailto:info@hhvw.de)  
Ihr Ansprechpartner im Verband: Malte Wettren, Finanzwirt (bbw)

**Betriebsrenten-  
stärkungsgesetz  
ab 01.01.2018**  
**Jetzt bei uns informieren!**



## RÜCKBLICK

# Ball im Bootshaus

22. Ball der Familienunternehmer  
direkt auf der Alster



Am 27. Januar stellten die Familienunternehmer wieder einmal unter Beweis, wie ausgelassen sie zu feiern verstehen. Mehr als 100 Gäste erschienen zum Neujahrsball im frisch sanierten Bootshaus des Hamburger Germania und Ruder Club von 1836 und erlebten einen überraschungsreichen Abend. Die Organisatoren Malte Wettern und Annegret Weitkämper-Krug hatten sich einiges ausgedacht, um den Abend zu einem rundum begeisternden Erlebnis zu machen. So hatten Sie für eine Veuve Clicquot-Champagnerbar gesorgt, eine foboxy-Fotobox bereitgestellt und sich ein charmantes Mitternachts-Highlight ausgedacht: Um vierundzwanzig Uhr setzte ein Tischfeuerwerk eine Torte in Form der Verbandslogos spektakulär in Szene.



Die Dinnerrede hielt in diesem Jahr die neue Bundesvorsitzende der Jungen Unternehmer **Sarna Röser**. Sie wurde am 07. März bei der Mitgliederversammlung in Frankfurt am Main zur Bundesvorsitzenden DIE JUNGEN UNTERNEHMER gewählt und war extra aus Baden-Württemberg angereist, um sich erstmalig den norddeutschen Unternehmern zu präsentieren.

Kulinarisch wurden die Gäste beim Ball von **Hans-Christoph Klaiber**, Nord Event, verwöhnt. Sein Team servierte ein 3-Gänge-Menü aus Brunnenkressesuppe mit gebeizter Mais-



poularde, Rinderfilet und Rinderbacke in Nussbutter und Kartoffeltrüffelgratin sowie zum Dessert Cassis-Meringe mit Limettensorbet und Schokodrops.

Nach dem Essen folgte die traditionelle Tombola, bei der unter anderem zugunsten von **START UP TEENS** mehr als 150 Preise verlost wurden. Der Hauptpreis, eine Zeitmeister Fliegeruhr von **Juwelier Wempe** wurde dabei von **Phillip Klinkow**, Geschäftsführer Wempe Mönckebergstraße, persönlich überreicht. Im Anschluss brachte die Live-Band Blue Café das Bootshaus zum Schwanken und es wurde weit bis nach Mitternacht getanzt und gefeiert.

Wem die Beine vom vielen Tanzen schwer wurden, konnte sich dann vom exklusiven Shuttle der Porsche Zentren Hamburg nach Hause fahren lassen.







Unter den Gästen: Volker Ernst (Regionalvorsitzender Die Familienunternehmer), Vanessa Niemann (Regionalvorsitzende Die Jungen Unternehmer), Dr. Jochen Haußer (KPMG), Iris Holt (Marriot Hotel Hamburg), Vural Öger (V.Ö.T. Travel GmbH), Birgitt Ohlerich (Landesvorsitzende des VdU), Robert Kabs (Kabs Polsterwelt), Robert Knoop-Troullier (CKT Moden GmbH), Henning Fehrmann (Fehrmann Metallverarbeitung GmbH).



Fotos:  
Toni Momtschew

Weitere Bilder unter:

[www.BallderFamilienunternehmer.de](http://www.BallderFamilienunternehmer.de)



WIRD AM BESTEN  
ZU ÜBERRASCHUNGEN  
SERVIERT.



BE  
PREPARED



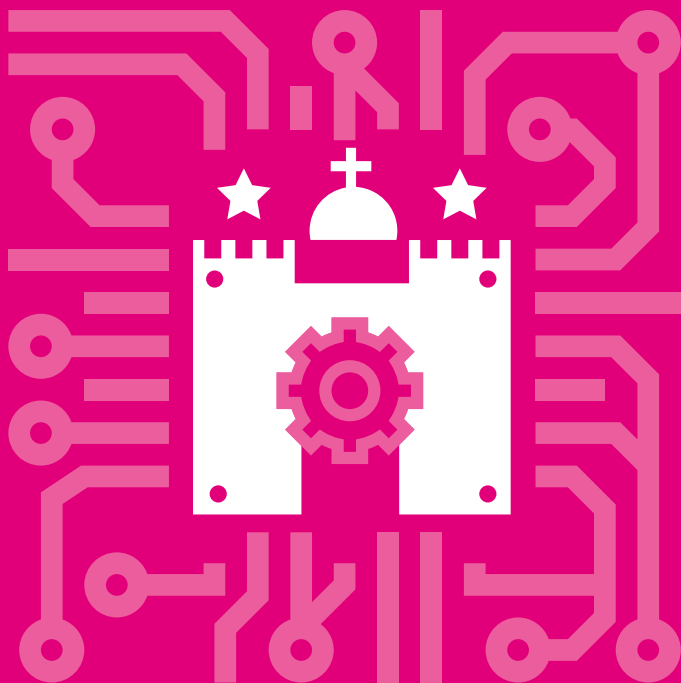
Veuve Clicquot *Let life surprise you*



## WIR IM NORDEN

# Hamburg – die digitale Hauptstadt?

Ein Kommentar von Christian Satz, Digital-Unternehmer und Mitglied im Ausschuss für Digitale Wirtschaft der Handelskammer HH



### *Über den* **AUTOR**

**Christian Satz**, geboren 1972 in Hamburg, Ausbildung zum Bankkaufmann (Deutsche Bank), Studium (Technische Betriebswirtschaft) Dipl.-Kfm. und Elektromeister. Verheiratet, vier Kinder. 1999 Gründung der Satz-media GmbH. Ehrenämter: Wirtschaftsunioren der Handelskammer HH, Mitglied im Ausschuss für Digitale Wirtschaft der Handelskammer HH, Handelsrichter am Landgericht Hamburg in der Kammer für Handels-sachen, Mitglied bei den Familienunternehmern. Leidenschaftlicher Segler.

**E**gal, wo man aktuell hinsieht, hingeht, hinhört: Das Thema ‚Digitalisierung‘ ist schon da. Wahlweise wird sie als unausweichliche Evolution und Erfolgsfaktor dargestellt, als Bedrohung für Gesellschaft und die klassische Arbeitswelt angeprangert oder auch als griffiges Wahlkampfthema genutzt. Als Digitalunternehmer der ersten Stunden – die Satzmedia GmbH unterstützt schon seit 1999 Handel und Hersteller bei der Digitalisierung ihrer Prozesse – kann ich nichts davon unterschreiben.

**Denn in meinen Augen ist die Digitalisierung vor allem eines: eine Riesenchance auf mehr Effizienz, Komfort, Kommunikation und auch Demokratie.**

Umso bedauerlicher, dass viele diese Chance nicht rechtzeitig erkennen oder aber ungenutzt verstreichen lassen. Sei es aus Angst vor dem Unbekannten – oder auch aus einer gewissen Hybris heraus. Es läuft ja gerade so gut.

Hamburg hat den digitalen Fortschritt nun zur Chefsache erklärt. So weit, so gut, so überfällig. Denn die Metropolregion Hamburg hat aufgrund ihrer Internationalität, ihrer Historie als große Medienstadt und ihrer weitreichend bekannten hohen Lebensqualität alle Voraussetzungen, im Bereich der Digitalisierung auch eine internationale Vorreiterrolle zu spielen. Es gibt eine Vielzahl erfolgreicher Agenturen und viele potenzielle Auftraggeber. Damit ist der perfekte Grundstein für ein weiteres zukunftsicheres Standbein der Wirtschaftsregion vorhanden – zusätzlich zu Hafen und Luftfahrt. Dass dieses gewaltige Potenzial bislang nicht ausreichend genutzt wurde, kann ich nicht nachvollziehen. Aber leider aus erster Hand bestätigen.

Neben den allgemeinen Problemen – das mangelnde digitale Dienstleistungsangebot der Stadt, die nicht vorhandene Breitbandverfügbarkeit (was sind schon 100 Mbit?!), das weitreichend analoge Bildungssystem (an immerhin sechs Hamburger Schulen wird die Digitalisierung schon gelebt!) – eint die Unternehmen vor allem eine Herausforderung: der Fachkräftemangel. Für mich ist das aktuell der größte Hemmschuh der Digitalisierung.

Auch deshalb bilden wir bei Satzmedia schon seit vielen Jahren selber aus und übernehmen diese Mitarbeiter in der Regel auch.

Gefühlt tun dies leider viel zu wenige Unternehmen. Viele Stellen können in Folge nicht adäquat besetzt werden. Seit Jahren fällt es auch den Personalberatern zunehmend schwerer, Positionen für die Digitalbranche zu besetzen. Dies treibt die Gehaltsspirale in die Höhe und mehr und mehr Entwickler verlassen eine Festanstellung und verdienen sich ihr Geld als Freelancer zu noch deutlich höheren Tagessätzen. Für klassische Unternehmen, aber auch Agenturen, im Zuge einer kontinuierlichen und zuverlässigen Entwicklung ein existenzielles Problem.

Will Hamburg international vorne mitspielen, muss man sich auch das gesamte digitale Ökosystem hier kritisch ansehen. Auch wenn es kein Geheimnis ist, dass nur sehr wenige StartUps am Ende erfolgreich sind, so sind sie als Anreiz und für die Attraktivität der Szene unendlich wichtig.

**Je mehr junge Kreative und Gründer in diesem Bereich im Norden starten (und es sind zum Glück schon jetzt sehr viele!), desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, einen weiteren, seltenen Leuchtturm hinzu zu bekommen.**

Von den zahlreichen ‚Nicht-Erfolgreichen‘ kann vor allem der Rest der Branche vielfältig profitieren, und sei es nur anhand einer größeren Menge an erfahrenen ‚Digitals‘, die (haben sie sich in Hamburg erst einmal eingelebt) auch gerne in dieser lebenswerten Stadt bleiben wollen. Warum also gibt es nicht zum Beispiel freien und schnellen Internetzugang für alle StartUps? Warum gibt es bis heute den so oft angekündigten, freien Netzzugang für alle nicht? Wie digital sind denn die Lehrer in der Praxis wirklich an den meisten Schulen unterwegs? Zwar soll der neu geschaffene Posten des ‚Chief Digital Officer‘ den Ausbau Hamburgs zu einer digitalen Stadt vorantreiben, aber zu was dies abseits von Aktionismus am Ende wirklich führen wird, bleibt abzuwarten.

#### **Unternehmen:**

Seit 1999 setzt die Satzmedia GmbH als Fullservice-Dienstleister digitale Strategien in erfolgreiche Projekte um. Das Angebot richtet sich an Unternehmen, die ihre Prozesse mit Hilfe internetbasierter Technologien verbessern wollen. Der Fokus liegt dabei auf Anwendungen für Hersteller und Handel. Das inhabergeführte Unternehmen aus Hamburg realisiert maßangefertigte Commerce-Systeme, Enterprise Content Management Systeme und webbasierte Lösungen, die in vorhandene Systemlandschaften eingebettet werden. Neben der Umsetzung von Projekten umfasst das Leistungsangebot von Satzmedia auch Analyse, Beratung und Konzeption. Zum Kundenportfolio gehören u.a. Gruner+Jahr, OTTO, Douglas, MONTBLANC, Globetrotter, DPD, Eppendorf AG, Budnikowsky, EUROPART, Weleda, PANASONIC, Ratsherren Brauerei oder DEPOT.

[www.satzmedia.de](http://www.satzmedia.de)

**Will Hamburg international vorne mitspielen, muss man sich auch das gesamte digitale Ökosystem hier kritisch ansehen.**



# Vision Grüne Alster

---

Die Alster zeichnet den inoffiziellen Mittelpunkt Hamburgs und ist die grüne Visitenkarte der Stadt. Aber wie grün ist unsere Alster wirklich?

von Rene S. Spiegelberger



Bereits 1863 setzte sich der Architekt Friedrich Wilhelm Roesing für einen Alstertunnel ein. Dieser sollte damals den Stadtteil Harvestehude am Westufer der Alster mit dem Ostufer und Uhlenhorst verbinden. Seine Pläne waren eine Initiative gegen eine geplante Brücke über die Alster, bei welcher nach Roesings Auffassung eine der lieblichsten Fernsichten verloren gegangen wären. Letztendlich scheiterte sein ambitioniertes Projekt vor allem an der Skepsis der Hamburger, welche in den 1860er Jahren überwiegend noch keinen Tunnel gesehen, geschweige denn durchschritten hatten.

Roesing war ohne Frage seiner Zeit voraus, aber er hatte eine essentielle Erkenntnis gewonnen, welche in der Stadtplanung leider zeitweilig an Priorität verloren hat: Die Ästhetik und der Mehrwert für Bevölkerung und Besucher.

Ohne Zweifel wäre heutzutage ein Alstertunnel von West nach Ost ein überholtes Konzept, da der ÖPNV ein schnelles und effizientes Vorankommen garantiert, aber die Idee die Alster als schönen und grünen Ort für Jedermann zu garantieren, ist aktueller denn je.

An manch einem sonnigen Sonntag mag man meinen, halb Hamburg ziehe es an die Alster; wer nicht am Elbstrand die Schiffe zählt, flaniert auf der 7,4 Kilometer langen Runde oder genießt ein Sonnenbad in den Alsterwiesen. Doch leider nicht am Ostufer. Selbst die Jogger setzen hier auf Höhe der Straße An der Alster lieber zum Sprint an und die Kopfhörer auf, denn die fünfspurige Straße stellt eine massive Abgasbelastung dar und ist eine akustische Zumutung für jeden, der Erholung sucht. Dieser stadtplanerische Fauxpas stammt aus einer Zeit, als Pragmatismus über Ästhetik und Verkehrsbewältigung über Lebensqualität gestellt wurde. Ein infrastruktureller Dinosaurier also. Kaum eine Metropole in der Welt kann mit einem solchen Pfund, wie wir es mit der Alster haben, punkten. Also gilt es Stärken zu stärken und dieses Juwel

Kaum eine Metropole in der Welt kann mit einem solchen Pfund, wie wir es mit der Alster haben, punkten.

Anzeige



## Ihr Ansprechpartner für Recruiting

Delphi existiert seit über 30 Jahren. In den letzten Jahren haben wir im Executive-Search und in der Suche nach Spezialisten regelmäßig weit mehr als 100 anspruchsvolle Positionen im Jahr besetzen können. Für Kunden aus unterschiedlichen Branchen und in unterschiedlichen Funktionen. Wir können nicht zaubern. Aber wir hören zu, verstehen die Erwartungen des Unternehmens und die der Kandidaten.

[www.delphi-group.de](http://www.delphi-group.de)

 **Delphi Group**



„In allen Metropolen der Welt wird der Platz knapp. Deshalb werden Verkehrswege immer öfter unter die Erde verlegt. Der Deckel über der Autobahn 7 ist im Bau - warum wird nicht auch die Alsterlandschaft durch einen Tunnel für die Straßen verschönert?“

Sven Bardua,  
Hamburger Tunnlexperte



„Mit einem Alstertunnel könnten Hamburger und Touristen die Alster künftig rundum so idyllisch genießen“

endlich rundum zu einer runden Sache werden zu lassen. Dafür gehört die fünfspurige Straße An der Alster in den Alstertunnel.

Durch die Deckelung dieser Straße würde man brach liegendes Potential nutzen und auch am Ostufer eine Promenade wie in Harvestehude schaffen. Nicht nur Spaziergänger würden davon profitieren, auch Anwohner und Gewerbetreibende würden eine bemerkenswerte Aufwertung erfahren, die sich auf den gesamten Szene-Stadtteil Sankt Georg ausweitete. Ganz zu schweigen von den Radfahrern, die immerhin, wie die Zählensäule an der Gurlitt-Insel zeigt, zu mehr als 1 Million Mal jährlich diese Route befahren und sich aktuell den beengten Raum mit den Spaziergängern teilen müssen.

Für den Hamburger Tunnelbau-Experten Sven Bardua steht fest: „In allen Metropolen der Welt wird der Platz knapp. Deshalb werden Verkehrswege immer öfter unter die Erde verlegt. Der Deckel über der Autobahn 7 ist im Bau - warum wird nicht auch die Alsterlandschaft durch einen Tunnel für die Straßen verschönert?“

Der massive Wertzuwachs für Immobilieneigentümer legt zudem den Gedanken einer Public-Private-Partnership Finanzierung für das Projekt nahe. Da im Gegensatz zur geplanten U5, deren Baukostenplanung wie auch ein prognostizierter Zeitrahmen für die Inbetriebnahme ein wohl gehütetes Geheimnis der BWVI bleiben, eine offene Bauweise im Gegensatz zum Schildvortrieb möglich wären, wäre auch der Kostenrahmen pro Kilometer sowohl deutlich überschaubarer, als auch einfacher kalkulierbar. Ohnehin sprechen wir bei dem gesamten Projekt lediglich über rund einen Kilometer Untertunnelung.

Gewonnen würde nicht nur der Fahrbahnbereich, sondern das gesamte Areal von den Häuserfronten bis zum Alsterufer. Eine Allee mit Gastronomie könnte das Ostufer weiter aufwerten und zusätzliche Gewerbesteuererträge böten einen weiteren langfristigen haushalterischen Anreiz.

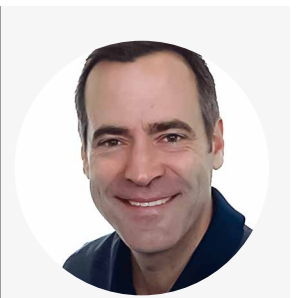
MITGLIEDERKOMMENTAR

# bGE – Vision oder Spinnerei?

## Bedingungsloses Grundeinkommen als Antwort auf die digitale Revolution?

Die UN, der IWF und das WEF prognostizieren: 40 bis 75 Prozent der Arbeitsplätze fallen langfristig durch die Digitalisierung weg. Höchste Zeit sich Gedanken zu machen, wovon Millionen von Menschen dann leben sollen, zumal die dann erforderlichen Summen über unsere heutigen Sicherungssysteme wohl nicht mehr aufgebracht werden können.

Diese sind ja bereits heute pleite und reformbedürftig. Eine umstrittene Idee ist das bGE, doch bedeutet es gleichzeitig einen Radikalumbau des Gesamtsystems. Familienunternehmer handeln in Generationen und so sollten Chancen und Risiken des bGE sensibel analysiert werden, damit nicht oberflächliche Vorbehalte zur Meinungsbildung führen. Interessant für Unternehmer wird sein, ob ein bGE die Perspektive schafft, unsere Leistungsgesellschaft zu erhalten und sie effizienter, unbürokratischer, sozialer und individuell attraktiver zu machen – also fit für das digitale Zeitalter? Zudem dürfte es Unruhen verhindern, die aus einer sozialen Spaltung unserer Gesellschaft entstehen könnten, von der bewahrten Kaufkraft weiter Teile der Bevölkerung ganz abgesehen. Diverse Köpfe aus Unternehmerkreisen machen sich bereits für das bGE stark. Nur eine intensive Auseinandersetzung mit validen Daten wird dazu führen, ob das bGE als Spinnerei oder Vision angesehen werden kann. Familienunternehmer sollten ohne Denkverbote vorangehen und mit den kommenden Generationen rechnen – bleiben Sie also interessiert!



### Über den AUTOR

**Falk Röbbelen** ist Geschäftsführender Gesellschafter des Werbedienstleister TAXI-AD. Der studierte Jurist ist zudem Buchautor ‚Hamburgisierung - wer nur ein Menschenleben rettet...‘ und ein Freund des Leistungsgedankens – in der Schule, im Sport oder in der Arbeitswelt. Er vertritt die Auffassung, dass sich vor allem Unternehmer aufgrund ihrer sozialen Verantwortung grundlegende Gedanken über die Zukunft der Gesellschaft machen müssen.

Anzeige

## Hautnah an der Elbe!

**Quirlig – Gut und günstig!  
Direkt an der Großen Elbstraße!**

Sie finden uns dort, wo der Fisch am besten schmeckt: von Fischhändlern umgeben, direkt in der Fischmarkthalle. Hier wird der frische Fisch traditionell oder mediterran auf natürliche Art zubereitet und serviert. Die bunte Mischung von Gästen und die offene Küche garantieren eine lebendige Atmosphäre und das Essen ein tolles Geschmackserlebnis. Das Angebot reicht vom besten Fischbrötchen über den Hamburger Pannfisch bis zu Hummer.

**HIER EINE KLEINE AUSWAHL:**

<p>Fischsuppe mit Fischstücken 4,50</p> <p>Seelachsfilet mit warmen Kartoffelsalat 7,50</p> <p>Hamburger Pannfisch, Senfsauce, Blattspinat und Bratkartoffeln 9,50</p>	<p>Hamburger Backfisch mit warmen Kartoffelsalat und Remouladensauce 9,50</p> <p>Fischteller mit verschiedenen Fischen und Salat oder Gemüse ... 17,50</p>
--	--

**+ aktuelle Tageskarte nach Saison!**

FISCHEISL | DAS FISCHBISTRO  
GROSSE ELBSTRASSE 131 | 22767 HAMBURG | TEL. +49-40-3907275



# Wie finanziere ich meine Vision?

## Leitfaden für das Kreditgespräch

Interview mit Karen Gruel



**Karen Gruel**, Bereichsleiterin Firmenkunden der Hamburger Volksbank

### *Wieviel Entscheidungs-spielraum hat ein Kundenberater?*

**Karen Gruel:** Firmenkundenberater sind mit hohen Entscheidungskompetenzen ausgestattet. Entscheidend ist, dass der Kunde von seiner Vision mit fachlichen und unternehmerischen Fähigkeiten überzeugt. Dazu gehört eine klare strategische und operative Planung – und ein Plan B oder C, wenn die gewünschte Planung in der Realität nicht eintritt.

### *Wie schaffe ich es, meine Idee dem Entscheidungsträger persönlich vorzutragen?*

**Gruel:** Darauf kommt es nicht an. Denn je nach Finanzierungsumfang und -form gibt es oft nicht nur einen Entscheidungsträger. Aufgrund der regulatorischen Anforderungen gilt oft ein 2-Votensystem für Kreditentscheidungen, die zusammen mit der Marktfolge Kredit getroffen werden. Also ist es umso wichtiger, seine unternehmerische Vision mit fachlich objektiven Daten zu unterlegen.

### *Womit überzeuge ich neben den üblichen BWAs und Prognosen?*

**Gruel:** Wir stellen häufig fest, dass zwar eine Vision vorhanden ist, aber kein Alleinstellungsmerkmal definiert wurde, mit dem man sich im Markt abgrenzen kann: Was überzeugt meine Zielkunden, damit sie mich beauftragen oder bei mir kaufen? Mit welchen Methoden und Maßnahmen mache ich auf meine Tätigkeit und meine Fähigkeiten aufmerksam?

### *Die Geschichte vom Miniaturwunderland spricht Bände. Wieviel Mensch und Feuer zählt heute noch? Wie erwarten Sie die Entwicklung in der Zukunft?*

**Gruel:** Gerade familiengeführte Unternehmen überzeugen immer wieder durch ihren starken Antrieb. Dieses Feuer entscheidet über Erfolg und Misserfolg und hat nach wie vor einen hohen Stellenwert, mit dem sie sich auch zukünftig positiv von Großunternehmern abzeichnen.

### *Wenn Sie als Bank jemandem keine Finanzierung anbieten, würden Sie zum Crowdfunding raten?*

**Gruel:** Das Crowdfunding ist heute durchaus eine alternative Finanzierungsform – die aber nicht die einzige und richtige sein muss. So liegen die Kosten hierfür weit über dem Kapitalmarktniveau.

## Info

### Wichtige Unterlagen für Ihr Beratungsgespräch

Ihr Businessplan sollte folgende Kriterien ausweisen:

- Gesamtkosten / Investitions- und Finanzierungsplan
- Rentabilitäts- und Liquiditätsplan
- Konzept
- aktuelle Wirtschaftsdaten

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](http://www.hamburger-volksbank.de)



**Bei Rück-  
fragen**

#### 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](mailto:heidi.melis@hamvoba.de)

Anzeige

”

AUS DATEN  
WERDEN TATEN.

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



## KÜNSTLER HAUTNAH

In der letzten Ausgabe haben wir Ihnen Peter Saul, den US-amerikanischen Meister der Pop Art, vorgestellt, dessen farbenprächtige Werke sich ebenso dem Existentialismus wie dem Surrealismus zuordnen lassen. Heute beschäftigen wir uns mit dem New Yorker Künstler **Robert Longo**, der sich in seinen bis zu 7,5 Meter breiten Kohlezeichnungen mit brennenden Themen der Gegenwart wie Terrorismus, Flüchtlingsbewegungen und moderne Kriegsführung wie auch den Symbolen der Macht auseinandersetzt. In Kombination mit Francisco Goya und Sergei Eisenstein treffen Aufklärung, Moderne und Postmoderne in der aktuellen Ausstellung der **Deichtorhallen** zusammen.

# „Diese Show ist verdammt episch.“

## Robert Longo im Gespräch

von Rene S. Spiegelberger



**Herr Longo, Sie haben Richard Serra als Ihr Idol bezeichnet und der Held Ihrer Jugend war Bruce Nauman. Was bedeuten Goya und Eisenstein für Sie und, dass sie diese Ausstellung mit Ihnen teilen?**

---

**Robert Longo:** Als die Kuratorin Kate Fowle mir diese Ausstellung vorschlug, verdeutlichte sie mir, dass ich ihr immer schon von diesen Künstlern erzählt habe und wie wichtig beide für mich als Einflussquellen sind.

Ein Künstler betreibt Recherche und es ist wichtig zu wissen, wer vor einem kam.

**Ich vermute, das ist einer der Gründe, warum Sie so auch eine enge Verbindung zu Richard Serra haben.**

---

**Longo:** Ja, ich traf ihn das erste Mal, als ich noch sehr jung war und er hat mich stark beeinflusst. Ich organisierte ein Künstlertreffen in Buffalo, auf dem Richard einen Vortrag hielt. Es schneite, und er saß dort ein paar Tage mit uns fest. So konnte ich ihn ungehindert mit Fragen löchern. Viele Jahre später, im Jahr 1981, als ich meine erste Ausstellung in New York hatte, war er bei der Eröffnung. Es wurde gefeiert und er hielt mir diesen langen Vortrag darüber, wie man große Kunst macht. Es ist inzwischen zu einer Art Witz zwischen uns geworden, dass er sich immer, wenn ich ihn sehe, zu mir herüberbeugt und mir ins Ohr flüstert: ‚Ich hoffe, du machst immer noch große Kunst.‘ Naja, nicht so groß wie deine, Richard, nebenbei gesagt.

**Herr Longo, als wir dieses Interview vorbereitet haben, habe ich gelesen, dass Ihr Arbeitstag von unterschiedlicher Musik begleitet wird. Sie starten mit Chopin, klassischer Musik, Rock'n'Roll, Rap und dann enden Sie mit Jazz. Sie haben außerdem mal gesagt, dass Sie anhand der Bilder erkennen können, welche Musik Sie gehört haben.**

---



PROOF | Longo American Baldeagle

**Longo:** Naja, es gibt ja so viel unterschiedliche Musik, zum Beispiel Yo-Yo Ma, die Cello-Konzerte von Bach, oder Jazz. Und ich mag sehr gern Rockmusik mit Instrumentals. Als ich jünger war, konnte ich sagen: ‚Das war Joy Division oder Talking Heads.‘ Heute ist es komplizierter, es gibt so viel mehr... Spotify hat unser Leben verändert! Du legst heute keine Platten oder CDs mehr auf, sondern schaltest eine dieser Stations an... Nick Cave und Warren Ellis, die machen wunderbare Klänge.

**Sie haben gesagt, egal was Sie tun, die Kunst treibt Sie immer zurück in die Politik, sie schreit Sie förmlich an. Schreien diese Zeiten noch ein bisschen lauter? Verarbeiten Sie die aktuellen Themen der Welt in Ihrer Kunst?**

---

**Longo:** Das ist sehr wichtig. Ob ich nun Blumen male oder nackte Frauen – Kunst zu machen ist die Freiheit des Ausdrucks und das ist ein politischer Akt. In diesem Sinne ist jede Kunst politisch.

**Sie sagen, die wirkliche Herausforderung Ihrer Arbeit – mal abgesehen von der Technik – ist, die Balance zwischen der persönlichen und der sozial-relevanten Ebene zu finden. Klappt das immer oder gibt es Unausgewogenheiten?**

---

Ob ich nun Blumen male oder nackte Frauen – Kunst zu machen ist die Freiheit des Ausdrucks und das ist ein politischer Akt. In diesem Sinne ist jede Kunst politisch.





Ich bin der Höhlenmensch in diesem Szenario. Ich arbeite mit Kohle.

**Longo:** Erinnern Sie sich an diese alten Radios, bei denen man fühlen konnte, wenn der Sender reinkam? Ein bisschen so ist es, die Balance zwischen der sozial-relevanten und der völlig persönlichen Ebene zu finden. Das Problem dabei ist: Wenn es zu persönlich wird, ist es nur narzisstischer Mist. Wenn es zu politisch wird, ist es bombastischer Blödsinn. Es ist meiner Meinung nach äußerst wichtig, dass die Bilder sehr persönlich sind. Gleichzeitig müssen sie definitiv politische Bedeutung haben. Diese Balance zu finden, ist ein kritischer Moment. Ich glaube, in den meisten großen Kunstwerken kann ich diese Balance sehen. Aber ich sehe auch, dass persönliche Themen sehr wichtig sind, und dass man diese persönlichen Themen zu der Zeit zwischen sechs und 13 zurückverfolgen kann, der Zeit, in der sich die Persönlichkeit entwickelt. Wenn man eine Verbindung dazu herstellen kann, ist das in meinen Augen noch tiefgreifender. Ironischerweise bin ich mit Schwarz-Weiß-Fernsehen aufgewachsen. Alle Bilder, die ich während der prägenden Zeit meines Lebens zu sehen bekam, waren immer hinter Glas. Das ist der Grund, warum ich immer Glas verwende. [lacht] Das ist lustig, denn ich habe mich mit Kiefer über seine Arbeiten unterhalte und ich sagte, das sieht alles aus wie verschandelte Landschaften. Und er sagte, das ist, wo ich aufgewachsen bin. Und das hier ist, wo ich aufgewachsen bin.

**Schwarz-Weiß, hinter Glas. Aber Sie arbeiten nicht nur mit Fotografien, sondern auch mit Röntgenaufnahmen. Man sagt, die Funktion von Fotografie ist das kollektive Gedächtnis unserer Gesellschaft. Viele Ihrer Bilder basieren auf Fotografien, welche Erinnerungen wollen Sie unseren Nachfahren vermitteln?**

**Longo:** Ich nutze Fotografien als Ausgangspunkt, aber dann verändere ich sie stark. Auf diese Weise versuche ich, so etwas wie uralte Archetypen heraufzubeschwören, wie zum Beispiel die Zeichnung mit dem Floß: Ich habe versucht, so oft wie möglich die Bildrechte zu kaufen oder die Erlaubnis einzuholen. Also habe ich das Foto jemand abgekauft, der für Ärzte ohne Grenzen arbeitet, eine Organisation, mit der ich auch zusammenarbeite. Aber das einzige, was ich übernommen habe, sind die Menschen auf dem Floß. Das Wasser, der Himmel, all das habe ich selbst hinzugefügt. Das Wasser habe ich tatsächlich vom Strand vor meiner Haustür übernommen, in dem ich immer baden gehe. In dem Sinne ist das ganze Bild komplett konstruiert. Ich denke auch, dass wir uns eher in Fotografien erinnern. Daher will ich [die Illusion von] Fotografien heraufbeschwören, indem ich Papier verwende, das die Körnung einer Fotografie imitiert und das Gefühl vermittelt, dass es sich fast um ein Foto handelt – gleichzeitig jedoch keines ist. Diesen Bildersturm zu beschwichtigen hat, auch damit zu tun, dass ich diese höchst aggressiven Bilder in einem so fragilen Medium wie Kohle herstelle. Ich bin der Höhlenmensch in diesem Szenario. Ich arbeite mit Kohle. Meine Bilder sind in höchstem Maße fragil, weil sie in gewissem Sinne aus verbranntem Staub bestehen. Alle weißen Stellen in den Zeichnungen sind das Weiß des Papiers, und in diesem Sinne ist [meine Kunst] das Gegenteil von traditioneller Malerei. Vielleicht würden naivere Personen sagen, [die Bilder] sehen aus wie Fotos. Aber dann erzählst du ihnen, dass es sich da-

bei um Kohlezeichnungen handelt, und sie schauen ein bisschen genauer hin, denn die Leute respektieren Arbeit und dies hier sind arbeitsintensive Bilder, es dauert richtig lange, sie zu machen. Wenn es nur ein Foto wäre, würden sie nicht so genau hinschauen, weil sie denken, es wurde in einer Sekunde geschossen. In einer merkwürdigen Gleichung nehmen sie sich so viel Zeit für das Bild wie es gedauert hat, es herzustellen.

***Sie haben da gerade eine Brücke geschlagen. Ich habe gelesen, dass vor 32.000 Jahren bereits Menschen in Höhlen gemalt haben – wie Sie sagten, Höhlenmenschen malten mit Kohle – und auch da steckte viel mehr Arbeit drin, als einfach ein Foto zu schießen.***

---

**Longo:** Sie haben andere Arten von Bildern gemalt.

***Viele Leute würden sagen, der Kern Ihrer Arbeit sei die Serie Men in the Cities. Aber ist es nicht eher die Übersetzung von Fotografie in eine Zeichnung oder der Nachbau von Gemälden, was den Kern Ihrer Arbeit ausmacht? Das Unsichtbare sichtbar zu machen?***

---

**Longo:** Es geht auch darum, die Aura nach Walter Benjamin zu sehen. Ich mag es definitiv, wenn Leute das Unsichtbare zu sehen bekommen. Aber was ist der Kern meiner Arbeit? Wenn ich das wirklich wüsste, würde ich wahrscheinlich aufhören. Die Serie Men in the Cities ist so anders als diese Bilder, weil man die Bilder in Men in the Cities wie eine Kamera betrachtet, wie einen Schnappschuss, sie passieren im Moment. Ganz im Gegenteil zu diesen Bildern, die es erfordern, dass man sie sich genau anschaut. Das ist etwas ganz Anderes. Der Tagtraum, die Zeit, die man damit verbringt, diese Bilder anzuschauen, verhält sich anders als bei Men in the Cities. Außerdem ist es – ironischerweise – wohl so, dass ich in historischer Sicht für genau das Zeug in Erinnerung bleiben werde. Die Ironie liegt darin, dass, wenn man zu Lebzeiten einen Archetypus etabliert, dieses Werk in die Kultur eingeht und man selbst die Urheberschaft verliert. Es gab zum Beispiel einen Moment, als die Freundin meines Sohns dachte, ich hätte die Idee aus der iPod-Werbung. Und dabei sind die Zeichnungen etwa 30 Jahre alt... Oder man denke an die Mad Men-Plakate. Aber man verliert die Urheberschaft und das ist ziemlich interessant. Ja, die Men in the Cities-Serie war sehr wichtig für mich, sie hat mir den Weg geebnet, diese Sachen zu machen.

***Heutzutage wollen Sie also Menschen dazu bringen, sich Ihre Bilder länger anzuschauen. Das Unsichtbare sichtbar machen – sehen Sie heute noch die Notwendigkeit dazu, wenn die Leute mehr und mehr uninspiriert werden durch soziale Netzwerke und eine informationsüberflutete Welt?***

---

**Longo:** Ich denke, Menschen schauen nicht richtig hin, weil all diese Dinge so vergänglich sind. Es gibt nichts, was von längerer Dauer ist. Ich glaube, die Bilder haben keine Tiefe mehr. Gleichzeitig kommt so jemand wie Kanye West auf mich zu und spricht mich an, weil er meine Arbeiten für irgendwas verwenden will. Und sagt: ‚Erzähl mir was über Kunstgeschichte.‘ Da haben wir also diesen Typen, der eigentlich ganz vergängliche Bilder auf Instagram postet, aber er erkundigt sich tatsächlich über Kunstgeschichte, weil er sich im Klaren darüber ist, dass das eine Sprache ist, die er nutzen kann.

So einer wie er ist klug genug zu wissen, dass Geschichte eine Waffe darstellt. In den richtigen Händen jedenfalls.

***Ein Bild, über das Sie in allen Interviews sprechen, ist Das Floß der Medusa. Was ist für Sie so besonders an diesem Gemälde? Ist es die Hintergrundgeschichte oder die Geschichten, die sich der Betrachter dazu ausdenkt?***

---

**Longo:** Ich liebe dieses Gemälde, weil es eine politische Lage darstellt, die genau dieselbe Lage ist, in der sich die Leute auf dem Floß befinden. Es ist dieselbe Situation, Ungleichverteilung von Reichtum. Die Leute auf dem Floß wurden im Grunde von den Aristokraten im Stich gelassen und trieben für 15 Tage umher. Sie kamen nach Paris zurück und wollten es den Leuten erzählen, aber man sagte ihnen nur, sie sollten die Klappe halten. Das Verhältnis zwischen dem Floß der Medusa und meinem Floß ist, dass es sich um die zeitgenössische Version handelt. Meines ist nicht so gut wie seins [Théodore Géricault, Anm. d. Übers.], doch in dem Raum da drüben hängt eine Version des Floß der Medusa, aber sie ist total verschwommen. Wie eine schnell vorgespulte Erinnerung, wenn Sie da reingehen, sehen Sie es.

***Herr Longo, eine letzte Frage: Ihr Verlangen nach dem Epischen ist Ihrer Kindheit und Filmen wie Spartacus geschuldet. Ist diese Show episch?***

---

**Longo:** Ich schaffe es, episch zu sein, oder versuche es zumindest. Ich denke, diese Show ist verdammt episch, ja. Ich bin sehr zufrieden damit. Das liegt aber auch daran, dass die Leute, die hier arbeiten, so großartig sind und die Crew ist wirklich toll, es ist eine gute Mischung. Das sind dann eben genau die Leute, für die man gern arbeitet.

***Herr Longo, vielen Dank! Wir sind froh, Sie mit Ihrem Werk hier in Hamburg zu haben.***

---

## Info

Das Gespräch führten Rene S. Spiegelberger und Antonia Niecke am 15. Februar 2018 anlässlich der Ausstellungseröffnung PROOF in den Hamburger Deichtorhallen. Die Laufzeit der Show ist bis zum 27. Mai 2018 angesetzt. (deichtorhallen.de) Robert Longo wird von der Galerie Ropac vertreten (ropac.net) Das vollständige Interview finden Sie auf [spiegelberger-stiftung.de](http://spiegelberger-stiftung.de)

AUSSTELLUNGSTIPP

# Karl Schmidt-Rottluff: expressiv, magisch, fremd – eine Reise ins in ferne Welten.

von Rene S. Spiegelberger

60

Die Ausstellung Karl Schmidt-Rottluff: expressiv, magisch, fremd, im Bucerius Kunst Forum, nimmt uns mit auf eine Reise durch 50 Schaffensjahre des Künstlers. In 80 Arbeiten, darunter Gemälde, Zeichnung, Grafiken und Skulpturen wird seine tiefe Zuneigung und Faszination für außereuropäische Kunst und Kultgegenstände deutlich. Diese dienten stets als inhaltliche und stilistische Anregung und Motivvorlage. Besonders in den Plastiken spiegelt sich die Auseinandersetzung mit der Ästhetik und der Durchgeistigung außereuropäischer Stammeskunst wider. Wie ein roter Faden zieht sich das fremde durch sein künstlerisches Schaffen, ob in Stilleben, welche in ‚magisch-entrückte‘ Welten entführen oder seine farbenschwelgenden Landschaften in seinem Spätwerk. Karl Schmidt-Rottluff weiß zu faszinieren, das Unbekannte in bekannte Szenarien zu tauchen und dabei den Betrachter spielerisch mit zu nehmen ins Fremde.



Ausstellungsansicht, ‚Karl Schmidt-Rottluff: expressiv, magisch, fremd‘, © Bucerius Kunst Forum, 2018, Foto: Ulrich Perrey





**Info**

Die Ausstellung vom 27. Januar bis zum 21. Mai 2018 im BUCERIUS KUNST FORUM.

Weitere Informationen finden Sie unter:  
[www.buceriuskunstforum.de/ausstellung](http://www.buceriuskunstforum.de/ausstellung)

Anzeige

· LABORATO

➔ Zuviel des Guten kann  
wunderbar sein. Mae West

Markenkommunikation und Design für mittelständische Unternehmen.



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

WEBDESIGN- UND ENTWICKLUNG · MOBILE WEBSITES · PACKAGING DESIGN · PRINT DESIGN · CORPORATE DESIGN



# Mut braucht eine Stimme

– Peter Holzer

**Autor:** Peter Holzer  
**Titel:** Mut braucht eine Stimme  
**Verlag:** GABAL-Verlag (2017)

**Kindle Edition – Preis:**  
 20,99 Euro  
**Gebundene Ausgabe – Preis:** 20,99 Euro

Wir kommunizieren heute mehr als jemals zuvor. Und dennoch sind wir merkwürdig sprachlos: Abermillionen Tweets, Posts und Likes stehen in krassm Gegensatz zu einem tiefgehenden Mangel an Orientierung, Klarheit und Standing – nicht nur des Einzelnen, sondern auch der Gesellschaft. Zwischen Geschwätzigkeit und resigniertem Schweigen kommt es mehr denn je darauf an, der eigenen inneren Stimme zu folgen und ihr nach außen wirksam Gehör zu verschaffen.

Die innere Stimme ist unser Wegweiser im Leben. Sie zeigt uns unseren Horizont auf und gibt uns so die Richtung vor, um selbstbestimmt das eigene Leben zu leben – und nicht ein fremdgesteuertes. Dazu braucht es Mut. Mut, die innere Haltung zu finden. Und Mut, für diese einzustehen und den Mund aufzumachen.

## KOMMENDE VERANSTALTUNGEN

<p><b>15. - 17. März 2018</b> Potsdam</p>	<p><b>Potsdamer Treffen</b> Unternehmerischer Erfahrungsaustausch, Betriebsbesichtigung, Rahmenprogramm</p>	<p><b>22. März 2018</b> Berlin</p>	<p><b>Parlamentarischer Abend in der Bundeshauptstadt</b> Familienunternehmer im Gespräch mit Bundestagsabgeordneten – nur für geladene Gäste</p>
<p><b>22. März 2018</b> Berlin</p>	<p><b>Politik intern</b> Politik lebt vom Mitmachen – Unternehmer und Politiker erarbeiten gemeinsam politische Konzepte für den unternehmerischen Alltag</p>	<p><b>12. - 13. April 2018</b> Wiesbaden</p>	<p><b>Familienunternehmer-Tage</b> Politischer Dialog, Abendprogramm, Mitgliederversammlung</p>

## IMPRESSUM

**Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:**

DIE JUNGEN UNTERNEHMER  
 RK Metropolregion Hamburg  
[www.junge-unternehmer.eu](http://www.junge-unternehmer.eu)  
 Regionalvorsitzender – Vanessa Niemann  
 MDS Messebau und Service GmbH  
 Brauerstr. 11, 21244 Buchholz

DIE FAMILIENUNTERNEHMER e. V.  
 RK Metropolregion Hamburg  
[www.familienunternehmer.eu](http://www.familienunternehmer.eu)  
 Regionalvorsitzender – Volker Ernst  
 AIRY GreenTech GmbH  
 Elbchaussee 43, 22765 Hamburg

**Landesgeschäftsstelle Hamburg**  
 Birgitta Schoch, Tel. 040 - 81 99 42 58  
[schoch@familienunternehmer.eu](mailto:schoch@familienunternehmer.eu)  
 Postadresse: Charlottenstraße 24,  
 10117 Berlin

**Redaktion:**

[redaktion@hhun.de](mailto:redaktion@hhun.de)  
 Malte Wettren, David Friedemann,  
 Dr. Björn Castan, Gabriela Friedrich,  
 Nathalie Rieck  
 Redaktionsanschrift : c/o Laborato,  
 Colonnaden 46, 20354 Hamburg

**Konzeption und Design:**

ˆLaborato  
 Colonnaden 46, 20354 Hamburg  
[www.laborato.de](http://www.laborato.de)

Erscheinungsweise: 4x jährlich

**Anzeigen:**

David Friedemann, Tel. 040 - 72 96 90 21  
[anzeigen@hhun.de](mailto:anzeigen@hhun.de)  
 Auflage: 3.000 Exemplare,  
 unentgeltliches MitgliederMagazin

**Druck & Versand:**

RieckDruck GmbH, Lise-Meitner-Allee 5,  
 25436 Tornesch, [www.riekdruck.de](http://www.riekdruck.de)

**Nächster Redaktionsschluss:**

25. Mai 2018

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.

# 0-Zins?

Nicht wenn Sie dort investieren,  
wo Rendite entsteht!

Wir zeigen Ihnen Wege zu nachhaltig  
renditeträchtigen Anlagekonzepten.



IHR ANSPRECHPARTNER  
Wolfgang Bruger

wbA<sup>24</sup>

WBA24 GMBH & CIE. KG ASSEKURANZ-, FINANZ- UND IMMOBILIENMAKLER

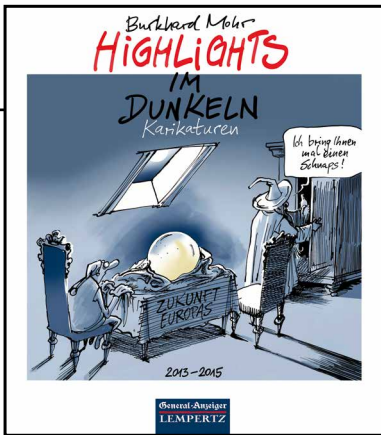
Lademannbogen 10 · 22339 Hamburg · TEL +49 40 500213 - 0 · FAX - 99

E-MAIL [w.bruger@wba24.de](mailto:w.bruger@wba24.de) · [www.wba24.de](http://www.wba24.de)



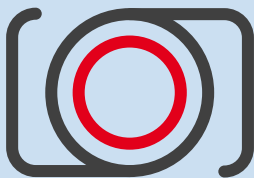


Ausblende



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](http://www.burkhard-mohr.de)



**TONI MOMTSCHEW**  
 F O T O G R A F I E

EVENT · PORTRAIT · STILL LIFE · ARCHITEKTUR · FOOD



Vanessa Niemann, Regionalvorsitzende Die jungen Unternehmer, Jari Fastner, MDS Messebau und Service



Die Ball-Organisatoren Malte Wettren, Hamburg Finance, und Annegret Weitkämper-Krug, Art Advisor

**BALL IM BOOTSHAUS**

Unternehmer feierten eine rauschende Nacht

Zu ihrem traditionellen Ball luden auch in diesem Jahr die Familienunternehmer gemeinsam mit den Jungen Unternehmer. Geplant war das ursprünglich im Hotel „The Fontenay“, welches seine Eröffnung jedoch schon mehrmals verschieben musste. Und so wichen die Organisatoren und Vorstandsmitglieder Malte Wettren und Annegret Weitkämper-Krug ins frisch sanierte Bootshaus des Hamburg Germania Ruderclub von 1863 aus. Eine sehr gute Entscheidung, befanden die mehr als 100 Ballgäste. Die Dinnerrede hielt ein ganz besonderer Gast: Die Stuttgarter Unternehmerin und designierte Bundesvorsitzende der Jungen Unternehmer, Sarna Rössner. Als Führungskraft und Unternehmer trage man Verantwortung und müsse die Mitarbeiter wertschätzen, so der Kern ihrer Rede. Die Band Blue Café brachte das Bootshaus später zum Schwanken.

TONI MONTSCHEW

Zum Feiern braucht es nicht das Fontenay

Eigentlich wollten die Familienunternehmer und die Jungen Unternehmer ihr jährliches Fest im Hotel „The Fontenay“ feiern – aber das hat noch immer nicht geöffnet. So wichen die Organisatoren und Vorstandsmitglieder Malte Wettren und Annegret Weitkämper-Krug für ihren mittlerweile 22. Ball ins neu sanierte Bootshaus des Hamburger

und Germania Ruderclubs von 1863 aus. Eine gute Entscheidung, denn auch von hier schaut man direkt über die Außenalster. Nach der Rede von Malte Wettren servierte Christoph Klaiber und sein Nord-Event-Team ein Drei-Gänge-Menü. Die Dinnerrede hielt die extra aus Baden-Württemberg angereiste Sarna Rösser, designierte Bundesvorsitzende

der Jungen Unternehmer. Die Stuttgarter Unternehmerin forderte gegenseitige Wertschätzung und Anerkennung: „Es ist wichtig, dass wir als Unternehmer unsere Mitarbeiter wertschätzen. Wir tragen eine enorme Verantwortung.“ Nach der Tombola mit 150 Preisen brachte die Liveband Blue Café das Bootshaus zum Schwanken.



Malte Wettren, Hamburg Finance, und Anne Pfaff, Bigfood Production



Cindy Werth (l.), Hamburger Versorgungswerk, Robert Kabs, Kabs Polsterwelt, Nadine Künzel, hypo hamburg.de



Sarna Rössner, designierte Bundesvorsitzende der Jungen Unternehmer



Bettina und Dr. Björn Castan, United Research AG



Robert Knoop-Troullier (l.), CKT Moden, und Maximilian Hiby-Durst



Vanessa Niemann, Regionalvorsitzende Die jungen Unternehmer, und Jari Fastner



Manfred Thieben, Ingenieurbüro Thieben, Angela Fricke, Seven Seas Shipping & Logistics



Vural Öger und Annegret Weitkämper-Krug, Art Advisor

# MICHAEL STICH



**Michael Stich**, gehört zu den erfolgreichsten Sportlern Deutschlands und war maßgeblich am Tennisboom der 1990er Jahre beteiligt. Ihn darauf zu reduzieren, würde ihm jedoch nicht gerecht werden. Bereits während seiner aktiven Laufbahn gründete er die nach ihm benannte Michael Stich Stiftung, die sich für HIV-infizierte, von HIV-betroffene sowie an AIDS erkrankte Kinder einsetzt. Nach Ende seiner Sportkarriere etablierte er sich darüber hinaus erfolgreich als Unternehmer. Gemeinsam mit zwei Hamburger Orthopäden gründete er die Hanseatic Rückenzentrum AG, und in diesem Jahr veranstaltet er mit seinen Partnern von der Hamburg sports & entertainment GmbH zum zehnten Mal das Tennisturnier am Hamburger Rothenbaum, dessen Turnirdirektor er auch ist.

Foto: © Carolin Thiersch

***Sie sind einer der erfolgreichsten Tennisspieler der Welt. Welche Rolle haben Visionen dessen, was Sie erreichen oder wo Sie einmal stehen wollten, bei Ihrer Karriere gespielt?***

**Michael Stich:** Visionen sind ein wichtiger Faktor, um Erfolg zu haben, ohne sie ist Erfolg meines Erachtens nicht möglich. In meinem Fall waren es konkrete Zielsetzungen, bestimmte Turniere, die ich gewinnen wollte, wie beispielsweise ein Grand Slam-Turnier oder auch der Turniersieg hier in Hamburg am Rothenbaum.

***In diesem Sommer gibt es neben den German Open am Rothenbaum noch einen weiteren wichtigen Termin, und zwar die offizielle Aufnahme in die internationale Hall of Fame des Tennissports am 21. Juli in Newport/Rhode Island. Was bedeutet dieses Ereignis für Sie?***

**Stich:** Die Aufnahme in die International Tennis Hall of Fame ist die größte Ehre, die einem Tennisspieler nach Beendigung seiner aktiven Karriere zuteilwerden kann. Dem entsprechend messe ich ihr auch eine sehr große Bedeutung bei. Es ist ein großartiges Gefühl, gemeinsam mit Legenden unseres Sports zum ausgewählten Kreis derjenigen zu gehören, die den Tennissport maßgeblich mit beeinflusst und geprägt haben.

***Seit 2014 informieren und beraten Sie Unternehmer zum Thema ‚Effizientes Gesundheitsmanagement am Arbeitsplatz‘. Was ist Ihr Motiv für dieses Engagement und was möchten Sie damit langfristig erreichen?***

**Stich:** Meine Motivation ist es, bei Unternehmen eine Sensibilität dafür zu wecken, dass ein gesunder und zufriedener Mitarbeiter leistungsfähiger ist als ein kranker; ein Verständnis für Gesundheit am Arbeitsplatz zu vermitteln und dafür, entsprechende Voraussetzungen für die Belegschaft zu schaffen,

denn dies wird sich auch im Erfolg des Unternehmens widerspiegelt. Nicht nur, weil es sich positiv auf das Betriebsklima auswirkt und die Mitarbeiter motivierter sind, sondern auch, weil sich weniger krankheitsbedingte Fehltage nachweislich wirtschaftlich positiv auswirken. Wir sprechen also von einer klassischen Win-win-Situation für alle Beteiligten.

***Auch das von Ihnen in 2001 mitgegründete Rückenzentrum ist eine Erfolgsgeschichte. Mittlerweile ist es an sechs Standorten vertreten. War diese Entwicklung von vorneherein so geplant und wie wird es weiter gehen?***

**Stich:** Unsere Vision war es von Anfang an, die Therapie und Behandlung von Patienten mit chronifiziertem Kreuzschmerz zu verbreiten. Dabei war es in den ersten Jahren zunächst einmal wichtig, den Standort Hamburg als „Geburtsstätte“ stabil aufzustellen. Unser gesamtes Team hat in den letzten 15 Jahren einen, wie ich finde, tollen Job gemacht, und wir sind noch immer nicht am Ende des Weges.

***Seit 1994 engagieren Sie sich mit Ihrer Stiftung für HIV-infizierte und an AIDS erkrankte Kinder und deren Familien. Wo soll diese vielfach ausgezeichnete Stiftung in 10 Jahren stehen?***

**Stich:** Unsere Arbeit soll und muss in jedem Fall weitergehen. Wir haben eine soziale Verantwortung angenommen, derer sich das gesamte Team bewusst ist. Wir möchten auch in Zukunft weiterhin dazu beitragen, dass Menschen mit HIV und AIDS voll in die Gesellschaft integriert sind. Seit nunmehr zehn Jahren führen wir ein Präventionsprojekt an Schulen durch mit dem Ziel, die uns nachfolgenden Generationen hierfür zu sensibilisieren und aufzuklären. Wir haben schon einiges erreicht, aber es gibt noch immer sehr viel zu tun.

„Visionen sind ein wichtiger Faktor, um Erfolg zu haben, ohne sie ist Erfolg meines Erachtens nicht möglich.“





# 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](http://www.hamburger-volksbank.de)



# Wen interessiert eigentlich die Luftlinie?

## Der neue 718 Boxster GTS.

Bestellbar bei uns in den Porsche Zentren in Hamburg.  
Wir freuen uns auf Ihren Besuch.



### Porsche Zentrum Hamburg

Porsche Niederlassung Hamburg GmbH  
Eiffestraße 498  
20537 Hamburg  
Tel. 040 21105-0  
[www.porsche-hamburg.de](http://www.porsche-hamburg.de)

### Porsche Zentrum Hamburg Nord-West

Porsche Niederlassung Hamburg GmbH  
Holsteiner Chaussee 151  
22523 Hamburg  
Tel. 040 557768-0  
[www.porsche-hamburgnordwest.de](http://www.porsche-hamburgnordwest.de)

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km): innerorts 12,3–10,9 · außerorts 7,0–6,6 · kombiniert 9,0–8,2; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert 205–186 g/km



**PORSCHE**