HAMBURGER UNTERNEHMER

WIRTSCHAFTSMAGAZIN der Metropolregion Hamburg · *Nr.* 04/2018

INTERVIEW MIT

Kim-Eva Wempe
klassische Uhren und modernes Retailing

ANALOG

IM PORTRÄT

Modernste Logistik
– per Hand

RÜCKBLICK

Gipfel von DIE JUNGEN UNTERNEHMER
in Berlin

EINZELHANDEL

Mode im Strandhaus
von Adenauer & Co.

Anzeige

NÜRNBERGER Lebensversicherung AG
Ansprechpartner für den Verband:
Thomas Marschner

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

DIE FAMILIEN UNTERNEHMER
DIE JUNGEN UNTERNEHMER

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

Im Zeitalter einer sich immer stärker beschleunigenden Digitalisierung gehen wir in dieser Ausgabe unseres Magazins der Frage nach, ob auch noch analoge Geschäftsmodelle mit guten Überlebenschancen existieren. Tatsächlich haben wir einige äußerst beeindruckende gefunden, denen wir das Schwerpunktthema „Analog“ gewidmet haben.

In unserem Titelinterview mit Kim-Eva Wempe wird deutlich, dass analoge Produkte wie feine Schmuckstücke ihren ganz besonderen Wert und Charme auch ohne Digitalisierung entfalten können.

Unser Redakteur David Friedemann hat die Hamburger Buhck Gruppe besucht und konnte dort einen Blick auf die analoge Trennung von Abfällen zum Zweck des Recyclings werfen.

Seriengründer Kai Teute und Benedikt Beins setzen mit ihrem Modefilialisten Adenauer & Co. rein auf den stationären Einzelhandel.

Pianist Joja Wendt schwärmt im Interview mit dem Hamburger Unternehmer von der Klangqualität bei der Kombination analoger und digitaler Klaviere.

Mentaltrainerin Gabriela Friedrich weist in ihrem Beitrag auf die Risiken und Nebenwirkungen der Digitalisierung für unsere Gehirne hin und plädiert für mehr analoge Auszeiten.

Unsere Redakteurin Nathalie Rieck geht in ihrem Beitrag der Frage nach, in welchen Bereichen die analogen Medien den digitalen überlegen sind.

Franziska Kraupner beschreibt die Beständigkeit der analogen Wertschöpfung in ihrer Logistik-Firma Eichholtz GmbH.

Und Bernhard Peters berichtet in der Nordstory über sein Geschäftsmodell der Kiesverladung und Entsorgung.

Der häufige Stillstand auf den Straßen in der Metropolregion Hamburg ist inzwischen zu einem Politikum geworden, weil sich zunehmender Widerstand in der Wirtschaft und Bevölkerung regt. Um bessere Informationen über das Ausmaß zu erhalten, wie stark Unternehmen von Einschränkungen durch Baustellen betroffen sind, führen wir in Zusammenarbeit mit dem UV Nord eine Umfrage unter Hamburger Unternehmen durch. Die Ergebnisse werden wir Ihnen in unserer nächsten Ausgabe vorstellen.

Wir freuen uns darauf, Sie auf einer unserer nächsten Veranstaltungen persönlich begrüßen zu dürfen. Gute Gelegenheiten gibt es am 11. Dezember bei unserer Weihnachtsfeier, am 14.Januar 2019 auf unserem Neujahrsempfang, für den wir unseren neuen Wirtschaftssenator Westhagemann als Redner gewinnen konnten, sowie am 9. Februar 2019 bei unserem traditionellen Ball.

Wir wünschen Ihnen gute Jahresendgeschäfte, eine schöne Adventszeit und ein frohes Weihnachtsfest.

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

{ vier von vier 2018 }

6
NACHGEDACHT
Über Analog

8
WISSEN
Stimmen zu Analog

10
Besser lernen mit Papier?!

14
Das analoge Hirn
in der digitalen Welt

18
IM PORTRÄT
Analog heißt Liebe zum Detail

22
MITLGLIEDER & VERANSTALTUNGEN
Gipfel von DIE JUNGEN UNTERNEHMER

26
Familienunternehmer - Forum
am Nürburgring

28
TITELSTORY
Kim-Eva Wempe über die
Faszination klassischer Uhren
und modernes Retailing

36
IM PORTRÄT
Bestsort Hamburg –
ein Unternehmen der Buhck Gruppe

40
Analoges Banking
und digitale Plattformen

42
IM PORTRÄT
Modernste Logistik
- per Hand

46
MITLGLIEDER & VERANSTALTUNGEN
2. Norddeutscher Unternehmer-Cup
am 7. September 2018

INTERVIEW MIT
Kim-Eva Wempe
klassische Uhren und
modernes Retailing

48
NORDSTORY
Holsteiner Familienunternehmer
stellen sich vor

50
WISSEN
Urteile, die Sie kennen sollten

54
KUNST & AUSSTELLUNG
Von der Pommesbude nach
London und New York

58
Zum Lachen
geht man ins Museum

59
BUCHTIPPS

60
Karikatur Burkhard Mohr

61
Jahresvorschau

62
NACHGEFRAGT
Joja Wendt

Anzeige

Endspurt 2018 –
Zeit für finanzielle Entscheidungen...

Jetzt in die Wege leiten:

› **Krankenzusatzversicherung**
z.B. als Weihnachtsgeschenk für Ihre Mitarbeiter
ohne Gesundheitsprüfung für mtl. ca. 15 EUR

› **Vorsorgevollmacht, Patientenverfügung**
digital, State of the Art, günstig & professionell

› **Neuausrichtung Ihrer Vermögensanlagen im Niedrigzinsumfeld**
so z.B. auch in Mikrofinanzanlagen – eine interessante Verbindung von finanzieller und sozialer Rendite und Hilfe zur Selbsthilfe in Schwellenländern

Lassen Sie sich beraten!

BESUCHEN SIE UNS
AUF UNSERER
FACEBOOKSEITE
UNTER **wbA24**

wbA24

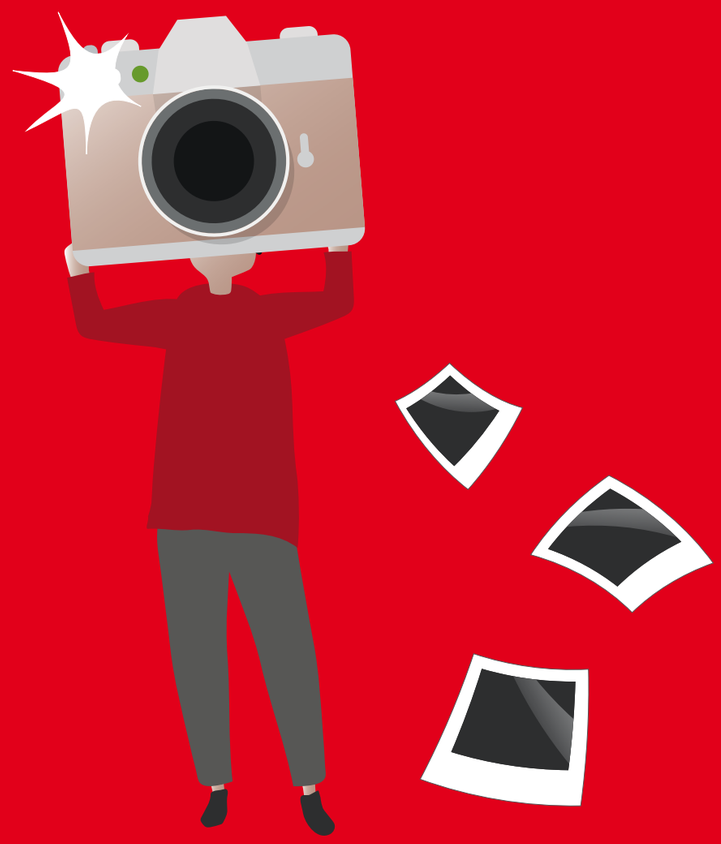
IHR ANSPRECHPARTNER
Wolfgang Bruger

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 · **www.wba24.de**

ÜBER **ANALOG**

Analoge Auszeiten von der Digitalisierung



„Alles, was digitalisiert werden kann, wird auch digitalisiert." Stimmt dieses seit Jahren kursierende Mantra eigentlich in seiner absoluten Aussage? Nein! Denn erstens gibt es Bereiche, in denen digitale Produkte nicht die Qualität oder den vollen Nutzen analoger Produkte erreichen. Zweitens gibt es Bereiche, die sich zwar digitalisieren lassen, in denen die Menschen aber lieber die analoge Alternative nutzen möchten und sich daher die digitale nicht wirtschaftlich lohnt.

von Dr. Björn Castan

Erstaunlich viele junge Käufer erfreuen sich an analogen Produkten, obwohl oder vielleicht gerade weil ihr Lebensumfeld ansonsten von virtuoser Nutzung digitaler Produkte geprägt ist.

Ein Mitglied unseres Verbandes stellt z.B. in der x-ten Generation Kirchenglocken her. Die Firma arbeitet immer noch sehr erfolgreich mit einem Produktionsverfahren, das bereits vor über 2000 Jahren eingesetzt wurde. Denn kein digitales Verfahren ist in der Lage, die Klangpräzision des analogen Gussverfahrens zu erreichen. Daher wird im Interesse der Qualität auf das digitale Verfahren verzichtet.

Und drittens gibt es Produkte, die sowohl in ihrer digitalen als auch in einer analogen Form ihre Nutzer bzw. Käufer finden.

Sie existieren einfach nebeneinander weiter. Schallplatten aus Vinyl werden schon seit einigen Jahren wieder verstärkt gekauft, so dass es sich zumindest in einem Nischenmarkt wieder lohnt, Musik in Form von Schallplatten zu verkaufen. Analogkameras erleben ebenfalls gerade wieder einen Boom, nachdem eigentlich die Überzeugung vorherrschte, dass die Vorteile der digitalen Fotografie so unschlagbar sind, dass die analoge Fotografie ganz aussterben würde. Die weltweiten Verkäufe analoger Sofortbildkameras haben sich im letzten Jahr auf 570.000 Stück nahezu verdoppelt.

Wer nun denkt, diese analogen Produkte würden nur von älteren, hartnäckigen Digitalisierungsverweigerern gekauft, irrt. Erstaunlich viele junge Käufer erfreuen sich an analogen Produkten, obwohl oder vielleicht gerade weil ihr Lebensumfeld ansonsten von virtuoser Nutzung digitaler Produkte geprägt ist. Den analogen Produkten wird ein anderer Wert beigemessen als den digitalen. Der Musik aus einer gepressten Schallplatte wird intensiver gelauscht als gestreamten Tönen. Einem Foto aus Papier mehr Aufmerksamkeit geschenkt als dem digitalhektischen Wischen durch die Fotos auf dem Handy. Entschleunigung. Besinnung. Konzentration. Fokus. Klingt doch gar nicht mal so schlecht.

„Alles was zählt, kann man nicht zählen",

besingt Namika ihr neues Loblied auf Liebe, Freundschaft, Mitgefühl und Empathie. Das digitale Abbild unserer Welt in Nullen und Einsen wird in hundert Jahren rückblickend ergeben, dass wir uns heute immer noch ganz am Anfang vom Abschied des Analogen befanden. Einer Zeit, in der wir oft noch eine Wahl zwischen digitalen und analogen Angeboten hatten. Wie weit wird die Menschheit der Zukunft mit der Digitalisierung gehen? Wie viel Analoges möchten wir uns bewahren?

Oh, während ich mir diese Frage stelle, habe ich eben gerade sechs neue WhatsApp-Nachrichten und vier E-Mails bekommen, Twitter und Instagram erinnern mich daran, dass es ganz wichtige, doch in Wirklichkeit nur flüchtige Neuigkeiten gibt und jetzt möchte ich ganz schnell lesen, was drinsteht… Und für heute Abend freue ich mich auf ein wunderbar analoges Fußballspiel mit meinen Jungs im Garten.

Herzlichst,
Ihr Björn Castan

Welche analogen Produkte bevorzugen Sie gegenüber digitalen?

Schreiben Sie mir gerne an
castan@united-Research.com

Die weltweiten Verkäufe analoger Sofortbildkameras haben sich im letzten Jahr auf 570.000 Stück nahezu verdoppelt.

FOKUS **ANALOG**

Stimmen zu Analog

Was geben Ihnen die „analogen“ Events/ Treffen des Verbands im Vergleich mit digitalen Formen des Kontaktes?

Edeltraud Dietz-Stang: Während die digitale Kommunikation viele Prozesse heutzutage beschleunigt und neue Arbeitsweisen überhaupt erst ermöglicht und effizient gestaltet, gehört der direkte Kontakt für mich zur wichtigsten Kommunikationsform. Die Möglichkeit, sich vor Ort zu unterhalten, bietet auch die Möglichkeit einander richtig zu verstehen, Emotionen zu teilen und persönliche Beziehungen zu stärken. Digitale Kommunikation neigt dazu, diese Vorteile zu vernachlässigen und schnell unpersönlich zu wirken. Sowohl im privaten als auch zunehmend im beruflichen Kontext, sollte dementsprechend ein sinnvoller Mix beider Kommunikationswege genutzt werden.

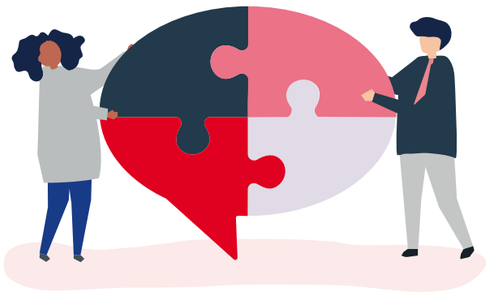
Die Möglichkeit, sich vor Ort zu unterhalten, bietet auch die Möglichkeit einander richtig zu verstehen, Emotionen zu teilen und persönliche Beziehungen zu stärken.

Dietz-Stang

Sebastian Hammer: Die „analogen“ Treffen und Events stellen für uns als Neumitglieder im Verband eine tolle Möglichkeit dar, mit anderen Gründern, Nachfolgern und Familienunternehmern in den direkten und persönlichen Kontakt zu kommen und sich über gleiche Themen und Herausforderungen auszutauschen. Darüber hinaus geben uns die Veranstaltungen, wie zum Beispiel jüngst der Unternehmergipfel in Berlin, viele Anregungen und Ideen für die eigene Firmenstrategie mit. Der dortige Themenschwerpunkt „Bildung“ mit dem Vorschlag von Nicola Beer für mehr interkulturellen Austausch junger Schüler in Europa war für uns sehr interessant.

Darüber hinaus geben uns die Veranstaltungen, wie zum Beispiel jüngst der Unternehmergipfel in Berlin, viele Anregungen und Ideen für die eigene Firmenstrategie mit.

Hammer



Über die Befragten

Unternehmen:
DS Media Team GmbH, Gesellschaft für Personalmarketing

Wir als Teil der DS Group lenken Ihr Recruiting in erfolgreiche Bahnen. Mit über 35 Jahren Markterfahrung, 3.000 Kunden und unzähligen Projekten begleitet Sie die DS Media Team GmbH - von der Entwicklung einer Arbeitgebermarke bis hin ins Tagesgeschäft der Anzeigenschaltung - mit fachkundigem Personal, das seinesgleichen sucht.

DS Media Team GmbH
Gesellschaft für Personalmarketing
Rathausallee 74
22846 Norderstedt
www.ds-media-team.de

Edeltraud Dietz-Stang
DS Media Team GmbH
Gesellschaft für Personalmarketing

Unternehmen:
Do it! Sprachreisen OHG ist ein familiengeführter Jugendreiseveranstalter mit Spezialisierung auf High Schools, Privatschulen sowie Sprachreisen und Sommercamps für Schüler und junge Erwachsene.

Do it! Sprachreisen OHG
Mittelweg 143
20148 Hamburg
www.do-it-sprachreisen.de

Sebastian Hammer:
Do it! Sprachreisen OHG

UTÖNE
DIE JUNGEN UNTERNEHMER

KENNEN SIE SCHON UNSEREN PODCAST?

IN EINEM PERSÖNLICHEN INTERVIEW STELLEN WIR SPANNENDE MITGLIEDERSTORIES VOR.

Hier finden Sie unseren Podcast:

SOUNDCLOUD

MEDIEN**NUTZUNG**

Besser lernen mit Papier?!

Wo analoge Medien den digitalen überlegen sind

Unsere Welt wird immer digitaler: Bücher lesen wir auf E-Book-Readern. Werbung erreicht uns auf Webseiten und Social Media-Plattformen. Und um Notizen zu machen, nutzen wir Apps für Smartphone und Tablet. Aber sind digitale Medien immer die beste Wahl, um Informationen aufzunehmen und weiter zu geben? Nathalie Rieck hat hierzu aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse recherchiert.

Buch vs. Bildschirm

Die Vorteile digitaler Lesegeräte sind unbestritten. Dennoch stellt sich die Frage, welchen Einfluss das Lesegerät auf unsere Fähigkeit hat, das Gelesene zu erinnern, uns ins Lesen zu vertiefen und uns ins Gelesene einzufühlen. Dieser und vielen weiteren Fragen sind mehr als einhundertfünfzig Wissenschaftler aus über dreißig Ländern und viele Fachrichtungen auf den Grund gegangen, die sich Ende 2014 zur Initiative E-Read zusammengeschlossen haben.
Eine von ihnen ist die Norwegerin Anne Mangen. Sie ist Professorin am Nationalen Zentrum für Leseforschung der Universität Stavanger in Norwegen und war bis August 2017 Gast am Center for Cognitive Neuroscience der Freien Universität Berlin. Mangen hat eine Studie zum Lese-/Aufnahmeverhalten durchgeführt und dabei digitale Medien und Papier verglichen.

Eines der erstaunlichen Ergebnisse der Studie ist, dass Menschen, die einen Text auf Papier lesen, sich deutlich besser an Inhalte erinnern als Bildschirm-Leser. Zwar konnten sowohl Papier- als auch Bildschirm-Leser sich gleich gut an allgemeine Handlungspunkte wie Handlungsorte und Hauptcharaktere erinnern. Doch wenn nach der zeitlichen Reihenfolge der Handlungen gefragt wurde, konnten Papierleser diese fast doppelt so gut rekonstruieren.

Mangen erklärt diese Diskrepanz dadurch, dass den Bildschirm-Lesern „das haptische Feedback beim Lesen“ fehlt. Wer ein Buch aus Papier liest, der merkt, wie die linke Buchseite beim Lesen langsam immer dicker wird. Das hilft dabei, sich an bestimmte Handlungspunkte besser zu erinnern. Beim Lesen auf dem Bildschirm oder mit einem E-Reader fehlt dieses Feedback, so dass es schwerer fällt, Handlungen zeitlich richtig einzuordnen.

Auch das Umblättern von Seiten kam den Buch-Lesern zugute, denn so war es für sie einfacher, bestimmte Abschnitte schneller zu finden. Wer hingegen eine lange PDF-Datei liest, dem fehlt das räumliche Verständnis.

Ein ähnlicher Effekt zeigt sich auch bei Notizen. Notizen auf dem guten alten Schreibblock oder im Notizbuch aktivieren durch die Kombination aus Haptik, räumlicher Vorstellung und vor allem die Aktivität des handschriftlichen Festhaltens mehr Hirnregionen als das Tippen oder eine Klick auf iPad & Co.

Wer Texte auf Papier liest, erinnert sich besser an die Inhalte.

Vertieftes Lesen vs. überfliegen

Der Däne Jakob Nielsen, Schriftseller, Speaker und Berater im Bereich Software- und Webdesign-Gebrauchstauglichkeit, hat zahlreiche Menschen beim Lesen am Bildschirm untersucht. Er kam zu dem Resultat, dass wir Menschen Webseiten lediglich scannen. Auch Linguistin Naomi Baron vom College of Arts & Science in Washington bestätigt, dass wir am Bildschirm anders lesen. Wir hüpfen von Stichwort zu Stichwort, ohne uns in den Inhalt zu vertiefen.

Dieses Verhalten besorgt Experten wie die Neurowissenschaftlerin Maryanne Wolf von der Tufts University in den USA. Sie erklärt:

„Meine größte Sorge ist, dass viele neue und auch einige ältere Leser angesichts der digitalen Fülle an unmittelbaren Informationen, die immer weniger intellektuelle Anstrengung erfordern und enthalten, weder die Zeit noch die Motivation haben, die möglichen Bedeutungen von dem, was sie lesen, zu durchdenken“.

Zudem könne man beim Lesen am Bildschirm häufig nicht ohne weiteres Randnotizen machen oder Textstellen markieren, um diese später noch einmal zu lesen.

Anders gesagt: Obwohl die uns zur Verfügung stehende Informationsmenge in rasantem Tempo anwächst, nutzen wir das Informationsangebot aufgrund des veränderten Leseverhaltens am Bildschirm immer weniger und setzen uns auch nicht mehr so intensiv wie einst damit auseinander.

Kurze Aufmerksamkeit vs. Nachhaltig im Kopf verankern

Aus einer Studie von Dr. Christian Holst vom Siegfried Vögele Institut zur Veränderung im Dialogmarketing geht hervor, dass auch in der Werbung ein signifikanter Unterschied bei der Werbewirkung zwischen Print und Online besteht. Ein Mehr an Möglichkeiten/ Informationsmedien bedeutet schließlich nicht gleich ein Mehr an Wahrnehmungs-Kapazitäten. Wir bzw. unser Gehirn wägt (bewusst und unterbewusst) für uns ab, was wichtig ist und wie nachhaltig verarbeitet wird. Das ist für die meisten nichts Neues. In welchem Ausmaß dies geschieht, wird jedoch oft unterschätzt.

Ähnlich wie in der Studie von Prof. Mangen untersuchte auch die neurowissenschaftliche Studie des SVI in Kooperation mit der Life & Brain GmbH, Bonn, wie sich die multisensuale Wahrnehmung (visuell und taktil) von Informationen auf Papier im Vergleich zu nur visuell wahrgenommenen Informationen am Bildschirm auf die Erinnerung auswirkt.

Nathalie Rieck,
Landesvorsitzende von DIE JUNGEN UNTERNEHMER Schleswig-Holstein und Geschäftsführerin von RieckDruck

Anzeige

Beobachtet wurde, welche Hirnregionen bei der Erinnerung von Informationen aktiviert werden und ob dies unterschiedlich ist bei klassischen Printerzeugnissen und digitalen Medien. Dahinter stand die Hypothese, dass im Fall von Print bei der Wiedererkennung der Informationen nicht nur die Hirnareale reaktiviert werden müssten, die visuelle Reize verarbeiten, sondern auch die, die sensorische Reize verarbeiten. Und: Sowohl bei der Speicherung als auch bei der Erinnerung würden aus Print-Medien gelernte Informationen mehr Hirnareale gleichzeitig aktivieren als Digitale Medien, die ausschließlich mit visuellen Reizen arbeiten. Man prüfte also, ob auf Papier gedruckte Botschaften nachhaltiger in den Erinnerungen der Probanden verankert sind.

Die Hypothese wurde in den Untersuchungen bestätigt. Im Alltag kann dies den folgenden Effekt erklären: Man erinnert sich, vor einiger Zeit ein bestimmtes Angebot gesehen zu haben – die Details sind aber nicht mehr geläufig. Wurde dieses Angebot in einem Print-Medium (z. B. in einem Katalog) gesehen, ist die Chance, dass die Quelle erinnert wird, höher als beim gleichen Angebot im Internet. Dies erleichtert das Wiederauffinden von Detail-Informationen erheblich, weil man gezielter danach suchen kann. Insofern schlägt Print den Bildschirm, da die gelernte Information „anschlussfähiger“ ist.

Für Werbetreibende bedeutet dies außerdem, dass Printwerbung ihnen mittels Prägungen oder Duftlacken die Möglichkeit bietet, weitere sensorische Reize und damit Erinnerungsanker hinzu zu fügen. Hier gab es die vergangenen Jahre starke Veränderungen auf dem Markt, der Einsatz als „Stilmittel“ nimmt inzwischen wieder zu.

Verblüffend war allerdings bei der Studie des SVI, wie falsch die Probanden ihren Lernerfolg selbst einschätzten. Sie hielten den Erfolg von bildschirmgestütztem Lernen für höher als von papiergestütztem. Dies relativiert sich bei der tatsächlichen Wissensüberprüfung, wo der Unterschied nur noch schwach ausgeprägt war zugunsten von Papier ausfiel.

Fazit: Gute Absichten vs. gutes Verständnis

Der Schutz unserer Umwelt und das Sparen wertvoller Ressourcen sind unbestreitbar gute Gründe, nicht jedes Dokument auszudrucken. Dank digitaler Technologien können wir viel zum Schutz unseres Planeten beisteuern. Doch wer einen Text gut verstehen und verinnerlichen möchte, der sollte das entsprechende Dokument ruhig ausdrucken, denn das hilft beim Verständnis ungemein.

Innovativ.
Familiär.
Hanseatisch.

Ihr Partner für den Hallenbau.

Spezialist seit 1972

montagebau-hansa.de

HANSA.

SELBST**MANAGEMENT**

Das analoge Hirn in der digitalen Welt

Von Huldigung und Hysterie

Bei der Diskussion über Auswirkungen der Digitalisierung auf den Menschen prallen oft Extrempositionen aufeinander. Auf der einen Seite die vehementen Digitalisierungs-Befürworter, auf der anderen diejenigen, die nur die Gefahren sehen. Mentaltrainerin Gabriela Friedrich hat für Sie drei Tipps zusammengestellt, damit Sie und Ihre Kinder in einer digitalen Welt psychisch und physisch gesund bleiben.

Lassen Sie es uns einmal in aller Deutlichkeit sagen: Wer sich mit Digitalisierung beschäftigt, ohne über umfassende Kenntnisse in Hirnforschung und Biophysik zu verfügen, handelt grob fahrlässig. Denn nur wenige Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft haben einen so vielfältigen Einfluss auf unsere körperliche und psychische Gesundheit wie unsere immer digitaler werdende Welt. Einige wichtige Wirkzusammenhänge und Lösungswege erfahren Sie hier:

Use it or lose it. Oder: Hirn ist, was man draus macht

Was passiert eigentlich in unserem Gehirn, wenn wir uns das Leben von digitalen Helfern erleichtern lassen? Wenn wir nur noch das Navi zur Orientierung nutzen, uns Telefonnummern nicht mehr merken, sondern sie im Telefon abspeichern, Übersetzungssoftware nutzen statt Sprachen zu lernen und unsere Kinder mit Tablet oder Smartphone ruhig stellen, statt mit ihnen zum Toben und Klettern in die Natur zu gehen? Ganz einfach: Wichtige Gehirnregionen verkümmern! Dies lässt sich über bildgebende Verfahren klar darstellen. So wie ein Muskel seine Kraft verliert, wenn er zur Untätigkeit verdammt ist, ist es auch mit unserem Gehirn - Bequemlichkeit rächt sich.
Deshalb lautet mein

Tipp Nr. 1: Fordern und fördern Sie Ihr Gehirn bei jeder Gelegenheit!

Der bekannte Hirnforscher Gerald Hüther hat in seinem Buch „Bedienungsanleitung für ein menschliches Gehirn“ beschrieben, auf welch vielfältige Art und Weise wir unser Hirn einsetzen sollten, um sein Leistungsvermögen zu entwickeln: Dazu gehört die Beschäftigung mit Musik und Kunst genauso wie mit Wissenschaft, verschiedene Sportarten für die Ausbildung der körperlichen Koordinationsfähigkeit, Kartenlesen oder markante Orte merken zur räumlichen Orientierung, Basteln und Schreiben mit der Hand für die Ausbildung jeglicher Feinmotorik, Auswendiglernen für das Gedächtnis, Sprachen lernen etc. Wer weiß, dass die Teile im Gehirn, die für Planung, das Lösen von Problemen und mental schwierige Aufgaben zuständig sind, bei mehrsprachigen Menschen wesentlich besser arbeiten als bei Menschen, die nur eine Sprache sprechen, wird gerne auf Übersetzungssoftware verzichten. Es gilt: Je unterschiedlicher die Anforderungen, desto breiter die Entwicklung des Hirnpotentials.
Doch der gesellschaftliche Trend geht in die andere Richtung; beispielsweise gibt es Überlegungen, das Erlernen der Schreibschrift in der Schule abzuschaffen und die Kinder direkt am Computer schreiben zu lassen. Dies hieße, die Kinder würden nicht mehr trainieren, die 30 Muskeln in der Hand präzise zu koordinieren und besäßen diese Fähigkeit auch später im Berufsleben nicht mehr. Die Folgen der Abkehr von der Handschrift: In Tests von Bildungsforschern hat sich gezeigt, dass viele Erstklässler nicht einmal in der Lage sind, eine handelsübliche Knetstange weich zu kneten oder feinere Schneideaufgaben zu machen. Ähnlich ist es bei Kindern, die viel Zeit mit Computerspielen verbringen, statt körperlich aktiv zu sein. Den Zusammenhang zwischen Motorik und Intelligenz haben Studien dokumentiert. Je mehr Reize das Gehirn zu verarbeiten hat, desto mehr Verbindungen muss es schalten.

Wenn Ihnen die Hirnentwicklung Ihres Kindes am Herzen liegt, nehmen Sie ihm Smartphone oder Tablet aus der Hand und gehen Sie mit ihm in einen Waldklettergarten oder zum Toben in den Park.

Nur so können im Gehirn die neuronalen Verbindungen entstehen, die für Fein- und Grobmotorik, gute Wahrnehmung, Reaktionsvermögen und Gleichgewichtssinn erforderlich sind.

Für Sie selbst gilt natürlich auch: Je mehr und je bunter die Herausforderungen sind, die Sie an Ihr Gehirn stellen, desto leistungsfähiger wird es. Ist das nicht ein Anreiz, immer mal auf digitale Helferlein zu verzichten und sich auf die Fähigkeiten unseres „eingebauten“ Hochleistungsrechners zu besinnen?

Strahlende Zeiten. Oder: Risikofaktor Elektrosmog

Wussten Sie, dass ein wesentlicher Teil der Zellkommunikation in unserem Körper über elektrische Feinströme geschieht? Dass jedes unserer Organe ein elektromagnetisches Feld unterschiedlicher Größe erzeugt? Und dass sich im menschlichen Gehirn Magnetitkristalle ähnlich denen nachweisen lassen, die Zugvögel nutzen, um sich bei ihren Reisen am Magnetfeld der Erde orientieren zu können? Vor diesem Hintergrund kommt man nicht umhin sich zu fragen, was wohl im Körper und im Gehirn passiert, wenn wir uns kontinuierlich in einem Feld künstlich erzeugter Strahlung bewegen, wobei insbesondere WLAN zu

Zellkommunikation geschieht im Körper über elektrische Feinströme.

Über die AUTORIN

Gabriela Friedrich ist seit 25 Jahren Kommunikationsberaterin mit Führungserfahrung und seit 24 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

INFO

Unternehmen:
Gabriela Friedrich
Mentaltraining & Truthfulness
und Digit & Brain

Sitz: Hamburg

Weitere
Informationen unter:

www.maenner-sind-wundervoll.de

Anzeige

crone werbeagentur

AUS DATEN WERDEN TATEN.

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

UNITED RESEARCH AG • Tel.: 040 43 09 66 - 0 • www.united-research.com

UNITED RESEARCH

„Seit über 25 Jahren ist nachgewiesen, dass Mobilfunkmikrowellen in biologische Abläufe eingreifen ."

Wolfgang Maes

nimmt. Schließlich möchte jeder in der Stadt, in der Bahn und an möglichst vielen anderen Orten komfortabel und preiswert surfen können. Dass es Folgen haben muss, ist unzweifelhaft. Der Sachverständige für Baubiologie und Umweltanalytik Wolfgang Maes stellte fest: „Seit über 25 Jahren ist nachgewiesen, dass diese Mobilfunkmikrowellen in biologische Abläufe eingreifen und unter anderem die Gehirnströme massiv verändern.“ Diese EEG-Effekte wurden erstmals vom Medizinphysiker Dr. Lebrecht von Klitzing entdeckt – bei einer Strahlungsintensität von „nur“ 1.000 Mikrowatt pro Quadratmeter. Viele weitere internationale Wissenschaftler bestätigten danach und bis heute seine Ergebnisse. Bei Smartphone-Telefonaten und auch beim Einsatz von WLAN ist mit einigen 10.000 bis 100.000 µW/m² und mehr zu rechnen.
Deshalb lautet mein

Tipp Nr. 2: Reduzieren Sie Ihre Strahlenbelastung wo immer möglich!

Auch wenn es altmodisch wirkt – lieber das gute alte LAN-Kabel statt WLAN, oder wenigstens eine Nachtabschaltung für das WLAN und kein Smartphone im Schlafzimmer sind unkomplizierte, aber sinnvolle Maßnahmen. So sehr viele auch darüber fluchen, in einigen Landstrichen keinen Handy-Empfang zu haben – genau diese Oasen können Sie aufsuchen, um sich vom Elektrosmog zu erholen. Solange es sie noch gibt…

**Adrenalinkick wider Willen.
Oder: Der digitale Burn-out**

Bereits im Jahr 2015 hat der Medizin-Nobelpreisträger Thomas Südhof vor zu viel Stress durch Smartphones gewarnt und einen Zusammenhang zwischen unseren digitalen Begleitern und Burn-out hergestellt. Mittlerweile ist eindeutig nachgewiesen, welche Auswirkungen die konstante nervliche Überreizung durch eingehende E-Mails, WhatsApp-Nachrichten und Anrufe hat. Bereits Kinder fühlen sich von diesem Bombardement gestresst und abgelenkt. Umso mehr gilt dies für Erwachsene, die beruflich 24/7 erreichbar sind und ständig aus der Konzentration auf ihre Tätigkeit von E-Mails oder anderen Nachrichten herausgerissen werden. Jedes „Pling“ einer eingegangenen E-Mail löst im Körper eine Adrenalinausschüttung aus. Im Laufe der Zeit wird daraus Dauerstress und die Nebennieren produzieren beständig in großen Mengen Cortisol, ein anderes Stresshormon. Seine Produktion erfordert eine große Menge an Mikronährstoffen – es entsteht also, falls keine Nahrungsergänzungsmittel zugeführt werden, auch noch ein Nährstoffdefizit. Hält der Dauerstress an, sind die Nebennieren irgendwann erschöpft – der echte Burn-out ist erreicht. Soweit muss es niemand kommen lassen.Deshalb lautet mein

Tipp Nr. 3: Sorgen Sie für ein störungsfreies Arbeiten und gönnen Sie sich digitale Auszeiten!

In einigen Unternehmen gehört es bereits zur Policy, nur noch zweimal täglich die eingehenden E-Mails zu lesen, was diese Firmen auch in Autoreplies kommunizieren. Das Ergebnis: Entspannte Mitarbeiter, die konzentriert an ihren Projekten arbeiten können. Andere schalten alle digitalen Devices um 20 Uhr ab oder verbringen regelmäßig Smartphone-freie Urlaube. Eigentlich ganz einfach – und so gesund!

Anzeige

Wirtschafts-
kompetenz von
Moin bis Moin.

International denken.
Hanseatisch handeln.

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

Heute. Für morgen. Für Hamburg.

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

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

KPMG

© 2018 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

IM **GESPRÄCH**

Analog heißt Liebe zum Detail

Die Modemarke Adenauer & Co. setzt auf Küstenstandorte – und das mit Erfolg.

von David Friedemann

Kai Teute und Benedikt Beins betreiben fünf Ladengeschäfte der Marke Adenauer & Co. in Norddeutschland. In den kommenden Jahren sollen es deutlich mehr werden. Dabei sehen sie ihre Läden nicht einfach als Ladengeschäft, sondern als Strandhäuser zum Wohlfühlen. David Friedemann im Gespräch über die Zukunft des stationären Handels, das Kauferlebnis und Versäumnisse der städtischen Infrastruktur.

Kai Teute ist Vollblutunternehmer und Seriengründer. Er hat Adenauer & Co. 2014 auf Sylt das erste Mal gesehen und ist direkt dem Charme der Marke erlegen. „Bei uns sind alle Kunden Gäste – wie in einem Hotel. Dabei steht der Wohlfühlfaktor ganz oben. Das ist auch beim Betreten unseres ersten Stores in Hamburg zu spüren.“ Sein Geschäftspartner, Benedikt Beins, ist seit 2018 mit an Bord und treibt seither die Expansion voran. „Jedes unserer Strandhäuser hat einen individuellen Look. Dazu gehören auch Specials, welche nur in dem jeweiligen Strandhaus zu finden sind.“ Die beiden haben sich im Verband DIE JUNGEN UNTERNEHMER kennengelernt. „Wir haben schon länger überlegt, ein gemeinsames Unternehmen zu führen. Das war eine gute Entscheidung“, findet Teute.

Schnell stellt sich die Frage, warum man in digitalen Zeiten auf den doch eher analogen, stationären Handel setzt. Die Antwort darauf folgt prompt: „Patrick Adenauer, der Gründer der Marke, dekoriert jedes Strandhaus selbst. Dafür sucht er in monatelanger Detailarbeit Accessoires aus und sammelt weltweit passende Utensilien.“ Liebe zum Detail wohin man sieht. 3,5 Tonnen Holz sind allein im Strandhaus Hamburg verbaut. Ein Einkaufserlebnis, welches sich unmöglich im Web abbilden lässt.

Anzeige

Kaiser Wilhelm II.:
„Ich glaube an das Pferd.
Das Automobil ist eine
vorübergehende Erscheinung.“

WER TRENDS VERPASST,
IST GESCHICHTE.

Wir bringen den Mittelstand in die digitale Welt
Web Lösungen · Geschäftsprozesse · Beratung

5 CUBE.digital
www.5cube.digital

„Marken müssen leben“, erklärt Beins. „Nicht ohne Grund entstehen in den Innenstadtlagen Showrooms großer Marken.“ Manche Dinge muss man eben doch live sehen und anfassen.

„Wir verstehen uns stets als Gastgeber.“

Der Preiskampf ist in kaum einem Bereich so stark wie in der Mode. Dazu kommt das unendliche Streben nach Neuheiten. Ein Vorurteil? Bei Adenauer & Co. scheint es nur bedingt zu stimmen: „Die meisten Kunden wissen, warum Sie zu uns kommen. Wir laufen nicht jedem Trend hinterher. Es gibt vier Kollektionen pro Jahr, die Mengen werden vorher geplant. Wenn etwas ausverkauft ist, kommt es nicht mehr nach.“
Auf dem Tresen stehen frankierte Postkarten. „Das wird gut angenommen. Unsere Kunden schreiben im Strandhaus Postkarten an ihre Lieben. Wie aus einem Kurzurlaub.“

„Patrick Adenauer, der Gründer der Marke, dekoriert jedes Strandhaus selbst. Dafür sucht er in monatelanger Detailarbeit Accessoires aus und sammelt weltweit passende Utensilien.“

INFO

Unternehmen:
Adenauer&Co.

Schwerpunkt:
Die Bekleidungsmarke Marke Adenauer&Co wurde 2011 in Meerbusch gegründet. Deutschlandweit betreibt die Marke 27 Standorte. Alle Bekleidungsteile werden ausschließlich in Europa produziert.

Kai Teute und Benedikt Beins haben Lizenzrechte der Marke für einen Großteil von Norddeutschland und betreiben 7 Standorte mit 31 Mitarbeitern.

Weitere Informationen unter:
www.adenauer.com

Fotos: Toni Momtschew

Gemeinsam gehen wir vor das Ladengeschäft in der Hamburger Innenstadt. „Diese Straße wurde aufwendig saniert – leider wurden die Einzelhändler nicht einbezogen“, erzählt Kai Teute mit Bedauern. Auch ich bin die Straße schon hunderte Male entlang gegangen, meist schnellen Schrittes vorbei an den Geschäften. Teute erläutert mir woran das liegt: „Es fehlen Bänke, Bäume, Abfallbehälter – einfach alles, was eine Einkaufsstraße in der Innenstadt attraktiv macht und zum Verweilen einlädt.“ Darüber hatte ich bisher nie nachgedacht. Aber es stimmt. „Glücklicherweise haben wir viele Stammkunden und gezielte Besuche“, merkt Beins an.

Beim Blick auf die Einkaufsstraße möchte man schnell wieder ins Strandhaus.

Vielen Dank für die Gastfreundschaft.

„Unsere Kunden schreiben im Strandhaus Postkarten an ihre Lieben. Wie aus einem Kurzurlaub.“

Anzeige

Hautnah an der Elbe!

FISCHBEISL

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:

Fischsuppe mit Fischstücken 4,50
Seelachsfilet mit warmen Kartoffelsalat 7,50
Hamburger Pannfisch, Senfsauce, Blattspinat und Bratkartoffeln 9,50
Hamburger Backfisch mit warmen Kartoffelsalat und Remouladensauce 9,50
Fischteller mit verschiedenen Fischen und Salat oder Gemüsen ... 17,50

+ aktuelle Tageskarte nach Saison!

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

RÜCK**BLICK**

Gipfel von DIE JUNGEN UNTERNEHMER

Am 19. Oktober 2018 fand im Haus der Bundespressekonferenz in Berlin der Gipfel der jungen Unternehmer statt, bei dem unter anderem zwei Bundesminister zu Gast waren.

Am 19. Oktober 2018 fand im Haus der Bundespressekonferenz in Berlin der Gipfel der jungen Unternehmer statt, bei dem unter an- derem zwei Bundesminister zu Gast waren. Zum Auftakt des Tages sprach Nicola Beer, MdB, Staatsministerin a.D. und Generalsekretärin der FDP, zu den bildungspolitischen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Sie begeisterte die Zuhörer mit der Aussage, Bildung sei die Superkraft des 21. Jahrhunderts. Hier müsse Deutschland sein Potenzial heben und im internationalen Vergleich aus dem unteren Mittelfeld an die Spitze gelangen.

Auch der nächste Referent sprach über Bildung. Thomas Bachem präsentierte nicht nur seine beeindruckende Unternehmer-Story, sondern inspirierte mit dem Konzept der von ihm gegründeten CODE University of Applied Sciences in Berlin. Dort denkt man Bildung komplett neu und ambitioniert. Immerhin ist es sein erklärtes Ziel, „das Stanford Europas“ zu werden.

Den Preis der nächsten Generation erhielt in diesem Jahr Konstantin Kuhle, MdB und Vorsitzender der jungen Gruppe der FDP-Bundestagsfraktion. Besonders bemerkenswert war sein Plädoyer für das Prinzip von Risiko und Haftung in der Politik.

Die Tagesordnung des Bundestages zwang zu einer spontanen Programmänderung. Wegen einer kurzfristig einberufenen Parlamentsdebatte konnten Johannes Vogel und Dieter Janecek leider nicht an der Diskussionsrunde zur Arbeitsmarktpolitik der GroKo teilnehmen. Aber jeder Unternehmer weiß: Abweichungen vom Plan gehören zu einem guten Ergebnis einfach dazu. Stattdessen entspann sich ein interessantes Gespräch zwischen Tom Bachem, Konstantin Kuhle und Sarna Röser. Hier zeigten sich auch die Stärken von Mara Bergmann, die als Moderatorin spontan diese Gesprächsrunde improvisierte.

Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaiers Rede bestärkte uns in unserem Bestreben nach mehr Marktwirtschaft. Von ihm nehmen wir den Satz mit: „Die Soziale Marktwirtschaft ist die glücklichste Entdeckung der Wirtschaftspolitik.“ Er betonte seine ambitionierten Pläne und

DIE JUNGEN UNTERNEHMER gaben ihm einen Kalender mit ein paar Anregungen mit.
Anregend und Mut machend war auch Alexander Kulitz, der zeigte, dass es eben doch geht, als Unternehmer politisch aktiv zu werden.
Inspirierend waren auch die Eindrücke aus Politik und Unternehmertum beim Panel mit Bundesfamilienministerin Dr. Franziska Giffey, Marie-Christine Ostermann, Sylvia Pantel und Paolo Anania. Sie sprachen über das wichtige Anliegen, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verbessern. Hier liegt noch ein weiter Weg vor uns!
Michael Königer von KPMG sprach zu Praxisbeispielen des KPMG Matchmaker, einer bemerkenswerten Nachfolgebörse. Der Erfolg des Matchmakers gibt den Machern Recht!
Dagmar Wöhrl beschloss das straffe Tagesprogramm des Gipfels. Da wir ja junge Unternehmer sind, freuen wir uns immer, wenn wir die Gelegenheit haben, von so erfolgreichen und prominenten Unternehmerpersönlichkeiten wie Dagmar Wöhrl zu lernen. Vor allem ihr Plädoyer für mehr Frauen in der Wirtschaft fand große Zustimmung.
Erstmals wurde die online Frageplattform slido erfolgreich eingesetzt und rege genutzt. Neu war auch die Kinderlounge, in der der Unternehmernachwuchs während der Tagesveranstaltung liebevoll betreut wurde.
Die Abendveranstaltung fand im Ballhaus Berlin statt. Dort wurden auch die besten Regionalkreise geehrt. In diesem Jahr gingen die Preise an den Regionalkreis Metropolregion Hamburg und den Regionalkreis Rhein-Main. Bis in die Morgenstunden wurde diskutiert und gefeiert.

Fotos: Anne Großmann

GESUND g2 HOCH ZWEI

Gesunde Mitarbeiter – gesunder Betrieb!

→ Garantierter Facharzt-Termin innerhalb 48 Stunden

→ Bis zu 30 % weniger Krankenstand

GESUND HOCH ZWEI
der besondere Facharzt-Service
für Familienunternehmer!

www.gesund-hoch-zwei.de 0800 0800 449

Personalverfügbarkeit erhöhen

Mitarbeitergesundheit fördern

Arbeitseffizienz steigern

RÜCKBLICK

Familienunternehmer-Forum am Nürburgring

Familien unternehmen und berichten

Eine Vorstellung der besonderen Art erwartete die Gäste des Familienunternehmer-Forums am Nürburgring: Zum ersten Mal in der Geschichte des Veranstaltungsformats öffnete nicht nur ein Unternehmen seine Werktore, sondern mehrere. Gleich drei bemerkenswerte Unternehmen luden in ihre Betriebsstätten ein und zeigten den staunenden Teilnehmern, was der Eifeler Mittelstand zu bieten hat.

Heuft Systemtechnik GmbH führt den Weltmarkt in seiner Nische an. Die Firma produziert Kontrollgeräte für Abfüllanlagen in der Lebensmittel- und Pharmaindustrie und stellt sicher, dass alle Flaschen, Fläschchen und Ampullen exakt den vorgeschriebenen Füllstand aufweisen. Mit 18 Tochterfirmen auf fünf Kontinenten hat die Heuft Systemtechnik in nur zwei Generationen ein beachtliches Imperium aufgebaut.

Davon profitiert nicht zuletzt der zweite Gastgeber des Unternehmer-Forums. Die Rhodius Mineralquellen und Getränke GmbH & Co. KG ist ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie traditionelle Abläufe wie das Abfüllen von Getränken mit modernsten Mitteln immer effizienter gestaltet werden können. Innovationsstärke zeigt das Unternehmen in siebter Generation auch in seinen Getränkekreationen auf Basis des Mineralwassers aus eigener Quelle. Die Firma Rhodius hat zum Erfolg der Firma Heuft einen entscheidenden Beitrag geleistet. Hier kam dem damaligen Mitarbeiter Bernhard Heuft beim Abfüllen des Mineralwassers im Jahre 1978 die Idee, die ihn zu seiner Firmengründung inspirierte.

Der dritte Gastgeber im Bunde war die Firma Brohl Wellpappe GmbH & Co. KG.

Gleich drei bemerkenswerte Unternehmen luden in ihre Betriebsstätten ein.

Inspiration, Austausch und Genuss – garantiert analog und gut.

Die Firma stellt Verpackungen und Displays her und wurde 1778 gegründet. Sie ist ein hervorragendes Beispiel für ein Familienunternehmen, das sich über acht Generationen hinweg seine Innovationsstärke bewahrt hat und mit der breiten Palette seiner Produkte die Gäste zu überraschen und faszinieren vermochte.

Weitere drei Familienunternehmer haben mit ihren Vorträgen beeindruckt. Mit Skylotec – repräsentiert durch Dr. Kai Rinklake – lernten die rund 120 interessierten Zuhörer einen weiteren Weltmarktführer aus der Eifel kennen. Weltweit nimmt er es mit der Schwerkraft auf und sichert Menschen, die sich in gefährlichen Höhen aufhalten, beim Sport und in der Industrie gegen Absturz, zum Beispiel beim Errichten von Windrädern.

Mit einem heutzutage weitgehend verdrängten Thema befasste sich David Roth, der in zweiter Genration mit seiner Schwester ein Bestattungshaus leitet. Das Unternehmen wird dank innovativer Veranstaltungen jährlich von um die 20.000 Menschen besucht, die sich über Trauer und Tod informieren wollen.

Bei Dr. Dieter und Wolfgang Mannheim ging es um „guten Ton“. Seit 150 Jahren ist der 30 Millionen Jahre alte Werkstoff Ton für das Familienunternehmen KTS Grundlage für Spezialwerkstoffe, die nach ganz Europa, Südostasien und in andere Weltgegenden geliefert werden.

Natürlich konnte ein Unternehmer-Forum am Nürburgring nicht ohne den Motorsport auskommen. Während der Abendveranstaltung konnten die Gäste einen Blick hinter die Kulissen der Rennstrecke werfen und wer wollte, durfte auch sein fahrerisches Können am Simulator oder auf der Carrerabahn unter Beweis stellen.

Anzeige

von links: Philipp Steeg, Kim-Eva Wempe und René Spiegelberger

Seit 2003 leitet Kim-Eva Wempe, Nachfolgerin in vierter Generation, die Gerhard D. Wempe KG. René Spiegelberger und Malte Wettern haben sie in der Zentrale in der Steinstraße und im Flagshipstore am Jungfernstieg getroffen und mit ihr über Luxusuhren und Schmuck, Weihnachten und ihr „Offline-Leben“ gesprochen.

„Eine Smartwatch ist keine Uhr!“

Kim-Eva Wempe über die Faszination klassischer Uhren und modernes Retailing

Liebe Frau Wempe, Sie verkaufen keine Smartwatches. Warum nicht? Was könnte Sie überzeugen, es doch zu tun, und was ist der Mehrwert einer klassischen Uhr?

Kim-Eva Wempe: Wir verkaufen keine Smartwatches, das ist richtig. Für mich sind das keine Uhren, sondern technische Geräte, ähnlich wie ein Handy. Bei den Freunden meiner Kinder, die jetzt Abitur haben oder ihr Studium beenden, lautet meistens der Wunsch: Eine schöne mechanische Uhr mit Gravur.

"Bei den Freunden meiner Kinder, die jetzt Abitur haben oder ihr Studium beenden, lautet meistens der Wunsch: Eine schöne mechanische Uhr mit Gravur."

Mein Patensohn besitzt allerdings beides, eine klassische Uhr und eine Smartwatch. Er arbeitet bei uns in der IT und er lebt IT. Für ihn ist die Smartwatch richtig. Er telefoniert damit, prüft damit seine Mails und die Technik. Ansonsten sehe ich die Apple-Watch hauptsächlich bei Menschen meines Alters, die sich damit womöglich jung fühlen und dann noch ihre Schritte messen. Ehrlich gesagt: Ich weiß, ob ich viel gelaufen bin oder gesessen habe. Wenn ich von einer Sitzung in die nächste eile, brauche ich keinen Schrittzähler.

Ihr Unternehmen lebt von der Lust an der analogen Freude. Beobachten Sie in der zunehmend digitalen Gesellschaft eine Veränderung in der Einstellung Ihrer Kunden und in der Soziodemografie?

KEW: Ich war gerade auf einer ganzen Reihe von Wempe-Kundenveranstaltungen, und ich stelle fest: Es hat sich wirklich nichts geändert. Da ist immer noch die Begeisterung an analogen Freuden. Zum einen am Produkt selbst, weil es physisch vor Ort ist, zum anderen an den Besuchen im Geschäft. Das Produkt erweckt Emotionen, weil es von Menschen hergestellt ist und es sich um kein Maschinenerzeugnis ohne Seele handelt. Das macht es wertvoll. Und der Besuch in der Niederlassung führt zu anregender Kommunikation und zum Fachsimpeln. Man kommt gern zu uns oder zu einem anderen Juwelier, weil man sich dort über ein emotionales Produkt austauschen kann. Die wenigen Prozent an Kunden, die keine Lust haben sich auszutauschen, die lieber gerne zu Hause bleiben und sich alles online bestellen – die sind, glaube ich, in der Minderheit.

Philipp Steeg, Geschäftsführer der Wempe-Niederlassung am Jungfernstieg

Auch wenn sich die Einstellung nicht geändert hat, gibt es bei den Produkten und in der Soziodemografie eine Wandlung. Wir sind heute im Alter von 50 Jahren viel sportlicher als früher, weil wir mehr auf unsere Gesundheit achten. Daher resultiert beispielsweise im Uhrenbereich der Trend zu den Sportuhren.

Alle reden von digitaler Transformation, auch Sie. Im Juni 2017 haben Sie in der WELT spannende Umbrüche in Aussicht gestellt. Was genau haben Sie seitdem umgesetzt und wie soll es bei Wempe weitergehen? Was ist mit einem Online-Shop?

KEW: Unsere Website hat sich seit dem Interview in der WELT tatsächlich stark verändert, sie wurde ganz neu aufgesetzt. Vor allem anderen arbeiten wir an der Umsetzung eines Omni-Channel-Retailing. Einen Online-Shop aufzusetzen ist bei uns nicht so einfach wie in anderen Branchen. Wir hatten vor Jahren bereits einen Shop für Schmuck, der gern genutzt wurde, um zum Beispiel noch schnell etwas zum Valentinstag zu kaufen. Aber wir haben ihn vorübergehend geschlossen und konzipieren jetzt einen Onlinestore, der der Komplexität unseres Geschäfts besser gerecht wird.

Dazu gehört, dass in den Konzessionärsverträgen die Distribution genau geregelt ist. Mit anderen Worten: Einige Marken möchten nicht, dass ihre Uhren mit einem Klick gekauft werden können. Sie sind ausschließlich in den Geschäften entsprechend autorisierter Juweliere erhältlich. Beispiele hierfür sind Rolex und Patek Philippe, die wir in unseren eigenen Boutiquen in Hamburg anbieten. Andere Uhrenmarken dagegen wünschen auch Online-Verkauf. Diesen Spagat müssen alle Juweliere weltweit leisten. Diese Besonderheit ist für den Kunden, der auf die Website eines Juweliers schaut – unter anderem auch auf unsere – nur schwer zu verstehen, dass einige Produkte online erhältlich sind und andere eben nicht. Er würde gern bestimmte Schlagworte eingeben: „Lederbanduhr, blaues Lederband, blaues Zifferblatt oder Sportuhr mit Taucherfunktion." Die angezeigte Seite sollte ihm dann zeigen, wie umfangreich das Angebot ist, welchen Wempe-Mitarbeiter ich bei Fragen zum Produkt anrufen und wie ich die Uhr kaufen kann. Das ist eben nicht für alle Uhren möglich. Aus diesem Grund glaube ich, dass Omni-Channel-Management für uns der richtige Weg ist. Wir müssen in die unterschiedlichsten Distributionskanäle investieren. Mein Kunde möchte online die Informationen über seine Wunschuhr finden und sie auf Bildern sehen. Dann fährt er vielleicht gern eine halbe Stunde in unser nächstes Geschäft; wir sind ja in Deutschland mit 18 Niederlassungen überall gut erreichbar. Dort erwartet ihn dann das besondere Beratungs- und Kauferlebnis.

Wie ist Ihr Verhältnis zum Smartphone und sind Sie privat selbst auf Social Media-Plattformen unterwegs?

KEW: Nein, auf den Plattformen bin ich nicht aktiv. Mein Smartphone benutze ich vor allen Dingen zum Arbeiten. Nun genieße ich den großen Luxus, dass mein Vater und ich mit Frau Kowski eine versierte Sekretärin haben, die uns sehr entlastet. Ich halte es für eine Unart, dass Menschen rund um die Uhr erreichbar sein müssen. Auch Geschäftspartner sollten darauf achten, einander nicht zu den unmöglichsten Zeiten anzurufen, nur um eine Kleinigkeit loszuwerden. Es gibt Zeiten zum Arbeiten, und es gibt Zeiten, in denen man andere Dinge tut. Und in diesen privaten Zeiten sollte man einander nur stören, wenn die Welt untergeht. In Notfällen bin ich für alle und immer zu erreichen. Oft rufen mich aber Menschen an, die sagen, die Welt gehe unter. Und dann stellen wir gemeinsam fest, dass es nicht so ist.

Nutzen Sie ihr Smartphone mehr fürs Telefonieren oder mehr fürs Bearbeiten von E-Mails? Oder um im Internet unterwegs zu sein?

KEW: Ich bearbeite E-Mails und andere Mitteilungen mit dem Smartphone, damit der Posteingang auf meinem Computer im Büro nicht überquillt. Dass ich arbeiten kann, wann und wo ich möchte, finde ich wunderbar. Außerdem ist es mir viel lieber, wenn man mir eine Mail schreibt, statt mich direkt auf dem Handy anzurufen. Ich bitte meine Geschäftspartner und Mitarbeiter auch immer wieder, mich auf dem Festnetz anzurufen als auf dem Mobiltelefon. Da scheine ich aber gegen Wände zu reden. Grundsätzlich denke ich, dass das Handy im beruflichen Bereich dazu da ist, nur in dringenden Fällen anzurufen. Aber bitte nicht für jede Banalität!

Stichwort „digital detox". Haben Sie das schon mal probiert und wie entspannen Sie analog?

KEW: Nein, „digital detox" hatte ich noch nicht nötig. Und wie entspanne ich analog? Indem ich koche. Das tue ich leidenschaftlich gern. Am Abend der Hessen-Wahl kam unsere ganze Familie zusammen, um sich die Berichterstattung anzusehen, auch mein Vater und die Kinder. Ich habe ein indisches Menü zubereitet, mein Vater kam in die Küche und staunte: „Oh wirklich, das tust du dir an?" Da standen fünf Töpfe mit Gemüse, Hülsenfrüchten und allem, was dazugehört. Er war fassungslos, und ich fand es herrlich, dass ich zwei Stunden hatte kochen können. Außer dem Kochen liebe ich Sport und bin gern an der frischen Luft; so viel Auszeit aus dem Berufsleben wie möglich. Zugleich ist da aber auch die Freude und die Passion, das Unternehmen zu führen. Ich will garantieren, dass dieses Unternehmen zukunftssicher ist. Immerhin trage ich Verantwortung für 789 Mitarbeiter.

"Außer dem Kochen liebe ich Sport und bin gern an der frischen Luft."

Sie haben vorhin von Omni-Channel gesprochen. Hätten Sie ein Beispiel?

KEW: Sogar eines, das in die jetzige Saison passt: Der Kunde kommt zu uns ins Geschäft, findet ein schönes Geschenk und sagt: „Jetzt möchte ich auf den Weihnachtsmarkt. Können Sie mir meinen Einkauf bitte nach Hause schicken? Ich möchte mein wertvolles Geschenk nicht mit auf den Weihnachtsmarkt nehmen.“ Das ist eine von unzähligen Varianten.

Welche unternehmerischen Veränderungen gab es, seit Sie die Firmenleitung in 2003 übernommen haben?

KEW: Eine der wichtigsten unternehmerischen Veränderungen seit ich die Firmenleitung übernommen habe, ist der Aufbau unserer eigenen Produktionen im Bereich Uhren und Schmuck. Seit 2000 fertigen wir Juwelen und Schmuck unter der Marke by Kim in Schwäbisch Gmünd und seit 2006 bauen wir Uhren der Marke Wempe Glashütte I/SA in der sächsischen Schweiz. In der traditionsreichen Silberstadt Schwäbisch Gmünd und im sächsischen Glashütte, dem Zentrum der deutschen Uhrmacherei, beherrschen die Menschen noch das Handwerk, das Filigrane, das Ästhetische. Es liegt irgendwie in den Genen. Wir produzieren eigenen Schmuck, weil ich eine Qualität made in Germany haben möchte.

Haben Sie persönliche Vorsätze fürs nächste Jahr?

KEW: Ich möchte im kommenden Jahr unbedingt mehr reisen. Die Frankreichreise ins Périgord ist gesetzt, außerdem möchte ich aber auch in die Mongolei oder nach Äthiopien. Für mich ist es wichtig zu wissen, was in der Welt los ist, auch um mich selbst zu finden. Es genügt nicht, wenn man immer nur da ist, wo man immer ist. Man muss unbedingt Neues kennen lernen. Das ist im letzten Jahr ein bisschen zu kurz gekommen und wird 2019 geändert.

Was nehmen Sie als Inspiration von Ihren Reisen mit? Gibt es da Impulse für Ihre Arbeit?

KEW: Ja, auf alle Fälle, wobei die Inspirationen je nach Reiseziel unterschiedlich sind. Wenn ich jetzt in die Mongolei fahre, lasse ich mich auf persönlicher, privater Ebene auf das Land ein. Fahre ich in eine Großstadt, schaue ich mir an, wie neue Geschäftskonzepte aussehen, welche Bauformen und welches Angebot es dort gibt. Da geht es für mich eher um die Frage, wo unsere Branche aktuell steht und wohin die Reise gehen könnte.
Apropos Stadt und Bauformen – ich finde es wichtig, dass sich Städte attraktiv machen, um die Menschen zu verzaubern. Ich liebe beispielsweise unsere Weihnachtsmärkte und die stimmungsvolle Illumination hier in Hamburg, aber auch die Weihnachtsmärkte vor unseren Niederlassungen in Stuttgart, Leipzig, München und Nürnberg. Auch im Sommer sollten die Städte kreativ werden. Beispielsweise hat Richard Arnold, der Oberbürgermeister von Schwäbisch Gmünd, festgestellt, dass die Innenstadt für die Bürger langweilig zu sein scheint. Er schaute aus seinem Büro im Rathaus auf den Marktplatz und die Cafés waren alle leer. Also hat er einen Freund angerufen und ihn gefragt: „Kannst du mal in einem Sattelschlepper voller Sand herbringen?“ Klar konnte er. Es wurde dann in der Mitte des Platzes ein riesiger Sandberg aufgeschüttet, und fertig war der Strand in der City mit Spielzeug und Rutschen. Prompt kamen die Menschen mit ihren Kindern. Jetzt sind die Cafés wieder gut besucht. Es ist so einfach. Und die Unternehmer freuten sich, weil das Geschäft wieder lief.

"Apropos Stadt und Bauformen – ich finde es wichtig, dass sich Städte attraktiv machen, um die Menschen zu faszinieren und zu verzaubern."

Ihr Vater Hellmut Wempe hat das Unternehmen über 50 Jahre geführt und maßgeblich geprägt. Sie sind jedoch aus seinem Schatten herausgetreten und selbst zu einer erfolgreichen Personality-Brand geworden. Haben Sie Tipps, wie so etwas gelingt?

KEW: Eigentlich sehe ich mich nicht als Personality-Brand, sondern als Namensträger und vierte Generation. Und am liebsten agiere ich im Hintergrund. Allerdings ist es für mich wichtig, dass ich viele Kunden auch persönlich kennen lerne. Daher trifft man mich häufig auf Veranstaltungen im Gespräch mit Kunden. Sie freuen sich wirklich sehr, mich kennen zu lernen. Deshalb bemühe ich mich, dass ich an einem Abend mit mindestens 60 Paaren ein persönliches Gespräch führe. Darüber hinaus verdanke ich meine Bekanntheit auch meiner Kommunikations-Chefin; wir arbeiten seit mehr als 20 Jahren miteinander.

Sie sind Namensgeberin der Schmuckmarke by Kim. Welche Rolle spielen Sie bei der Kreation der Schmuckstücke?

KEW: Ich bin keine Designerin, hatte aber die unternehmerische Vision, Schmuck für die moderne Frau herzustellen. Schmuck, den ich auch selbst tragen würde und den ich als international empfinde. Es sind Schmuckstücke, mit denen ich in New York genauso gut gestylt bin wie in Peking. Und sie passen auch zu den Uhren, die wir anbieten. Vor allem aber sind sie designt für eine moderne, selbstständige Frau, die sich schöne Dinge auch selbst kauft und nicht wartet, dass sie ihr geschenkt werden. Die Qualität und den Stil der Marke konnte ich aber nur erreichen, weil ich die besten Handwerker beschäftige, die zum Teil schon seit 20 Jahren zusammenarbeiten. Meine Aufgabe ist es, für geringe Fluktuation unter den Mitarbeitern und für die größtmögliche Kontinuität zu sorgen. Nur so sind wir erfolgreich! Glücklicherweise gelingt mir das.

Es weihnachtet. Gehören Sie zu den Frühshoppern, ist bei Ihnen schon alles gut aufgestellt mit Blick auf die Adventszeit und den 24.12. oder sind Sie eine Last-Minute-Weihnachtsgeschenk-Käuferin?

KEW: Nein, ich bin auf gar keinen Fall eine Last-Minute-Käuferin. Ich kaufe und sammle im Grunde genommen das ganze Jahr über Geschenke für die Menschen, die mir wichtig sind und die ich beschenken möchte. Zuhause habe ich einen Schrank, in dem schon sehr viele Weihnachtsgeschenke liegen.

INFO

Unternehmen:
Der Name Wempe steht für feine Uhren und Juwelen. Das 1878 gegründete Hamburger Familienunternehmen wird von Kim-Eva Wempe geführt und hat weltweit 34 Niederlassungen, unter anderem in New York, Paris und London sowie an Bord der Kreuzfahrtschiffe MS Europa und MS Europa 2

Mitarbeiter:
789

Weitere Informationen unter:

www.wempe.com

Stau, Parken, Baustellensituation in Hamburg – das betrifft Sie auch mit vier Niederlassungen. Welche Wünsche haben Sie an die Politik in Bezug auf den Einzelhandel?

KEW: Ich liebe unsere Stadt, ich bin stolz auf unsere Stadt und ich glaube, dass die Politik vor immensen Herausforderungen steht und dass viel saniert werden muss. Aber die zeitliche Koordination der Baustellen war bisher wirklich schlecht und ich begrüße, dass es jetzt eine Entscheidung gegeben hat, speziell für diese Herausforderung einige neue Stellen zu schaffen. Bisher ist es doch so, dass ohne in einen Stau zu geraten, kein Weg aus der Stadt herausführt und kein Weg hinein. Ich hatte kürzlich einen Termin um 11 Uhr. Von den 16 Teilnehmern, die erwartet wurden, sind nur vier um 11 Uhr pünktlich erschienen. Ich konnte glücklicherweise von der Steinstraße in die Willy-Brandt-Straße zu Fuß gehen und war pünktlich. Alle anderen mussten sich über die Autobahn oder aus den unterschiedlichsten Stadtteilen Hamburgs dorthin begeben. Das haben sie natürlich nicht rechtzeitig geschafft.

Das heißt: Große Chancen für unseren neuen Wirtschafts- und Verkehrssenator Michael Westhagemann. Glauben Sie, dass er auch Lösungen für den Einzelhandel und für die Innenstadt bereithalten wird?

KEW: Unseren neuen Wirtschaftssenator möchte ich vor allen Dingen darum bitten, die Attraktivität Hamburgs weiterhin zu steigern und den guten Ruf kontinuierlich zu fördern, damit wir auch unsere internationale Strahlkraft ausbauen. Im Frühjahr 2017 war ich auf Hawaii und sah im TV eine Sendung über Hamburg. Dort wurde gesagt, dies sei die Stadt in Deutschland, die man unbedingt bereisen müsse. Die „New York Times“ hat auch positiv über Hamburg geschrieben. Ich glaube, unsere Stadt hat Riesenchancen, ich sehe eine große Zukunft.

Wie stehen Sie zu Frauenquoten in der Wirtschaft und wie verhält es sich bei Wempe selbst? Was ist Ihr Wunsch an die Wirtschaft, also an Gremien, Vorstände und Aufsichtsräte, aber auch an die Politik?

KEW: Wir haben schon sehr lange weibliche Führungskräfte, vor allem Geschäftsführerinnen in unseren nationalen und internationalen Niederlassungen. Dafür hat bereits mein Vater in den 1970er Jahren Sorge getragen – gegen alle internen Widerstände. Ich erinnere mich, dass die erste Geschäftsführerin in München gegen den Willen des Frankfurter Geschäftsführers eingestellt wurde. Dieser rief meinen Vater an und sagte: „Das ist doch wohl nicht dein Ernst, dass eine Frau die Geschäftsführung übernehmen soll.“ Mein Vater hat sich darüber hinweggesetzt und erklärt: „Wir brauchen ein gutes Team. Und ein gutes Team ist immer ein gut gemischtes Team.“ Es geht um Qualifikation und Leistung, nicht um das Geschlecht.

Ich habe das große Glück, einen abwechslungsreichen Beruf zu haben und gleichzeitig habe ich Familie. Wir als Unternehmen fördern die Vereinbarkeit von Karriere und Familie. An die Politik habe ich keinen Wunsch. Mit dem Thema Frauenquote beschäftige ich mich in meiner Funktion als Aufsichtsrätin in einem deutschen Aktienunternehmen. Dort behandeln wir intensiv die Quote. Meine Erfahrung spricht für gemischte Teams. Einer Studie zufolge treffen diese Teams die besseren Entscheidungen und erzielen 50% mehr Betriebsgewinn. Unternehmen sind also sehr gut beraten, wenn sich die Teams aus Männern und Frauen zusammensetzen. Zusätzlich ist man gut beraten, wenn die Persönlichkeiten unterschiedlich und die Meinungen verschieden sind.

Sie fördern es also bei sich im Unternehmen, aber es muss sich über die Qualität durchsetzen?

KEW: Ja, es müssen die richtigen Mitarbeiter in den richtigen Positionen sein. Ich habe die Erfahrung gemacht und bin überzeugt, dass gemischte Teams besser sind und entsprechend auch die unterschiedlichen Kunden erfolgreicher ansprechen können. Der eine Kunde lässt sich lieber von einer erfahrenen Mitarbeiterin oder einem erfahrenen Mitarbeiter beraten; der andere bevorzugt eine stilsichere Frau, der andere einen modischen jüngeren Mann. Deshalb gibt es bei Wempe auch keine einheitlichen Outfits für die Mitarbeiter. Jeder Kunde darf frei entscheiden, von wem er gerne beraten werden möchte, bei wem er sich gut aufgehoben fühlt oder wer ihm sehr sympathisch erscheint.

Liebe Frau Wempe, wir danken ihnen für das Gespräch.

Anzeige

LABORATO

Zuviel des Guten kann wunderbar sein. Mae West

Markenkommunikation und Design für mittelständische Unternehmen.

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

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

IM **GESPRÄCH**

Warum man immer den Deckel vom Becher trennen sollte

Bestsort Hamburg – ein Unternehmen der Buhck Gruppe

von David Friedemann

David Friedemann (rechts) im Gespräch mit Dr. Henner Buhck (links)

Die Buhck Gruppe ist seit fast 120 Jahren in Familienbesitz und führt an 15 Standorten 30 Unternehmen, darunter fünf Sortieranlagen, zwei Deponien und drei Kompostieranlagen. David Friedemann spricht mit Dr. Henner Buhck über eine Sortieranlage, 90.000 Tonnen eingespartes CO2 und die Gewohnheiten der Hamburger in puncto Mülltrennung.

Jeder kennt sie – die grünen Container im Stadtbild mit der Aufschrift BUHCK in großen Lettern. Doch neben dem Containerservice ist das Unternehmen in einer Vielzahl weiterer Geschäftsfelder aktiv. Wir treffen uns mit Dr. Henner Buhck in einer seiner Unternehmungen in Hamburg Billbrook: Bestsort Hamburg, eine Sortieranlage für gewerbliche Abfälle.

Mülltrennung und Recycling werden oft im gleichen Atemzug mit Klimaschutz, Plastikvermeidung und einer Vielzahl weiterer Schlagwörter genannt. Bei diesem Thema und der damit verbundenen Problematik kann man eigentlich nur nickend zustimmen. Doch wird die Mülltrennung wirklich so genau genommen? „In Hamburg hält sich leider das Vorurteil, dass sich Mülltrennung nicht lohnt, weil alles verbrannt wird“, schildert Dr. Henner Buhck die Lage. „Das ist so nicht richtig“, stellt er schnell klar. „Wir betreiben eine der modernsten Sortieranlagen. Leider lassen sich viele Stoffe nur recyceln, wenn vorher auch richtig getrennt wurde.“

Wir bekommen eine Warnweste und gehen gemeinsam über das Gelände. Warum wir eine Warnweste bekommen haben, wird schnell klar – wie eine Ameisenarmee fah-

INFO

Unternehmen:
Buhck Gruppe

Schwerpunkt:
Die Buhck Gruppe ist in den Geschäftsfeldern Abfallentsorgung und -verwertung, Rohr- und Kanalservice und Baustoffhandel tätig. Ihre 30 Unternehmen verteilen sich auf 15 Standorte in Hamburg, Schleswig-Holstein und Niedersachsen. Der Hauptsitz befindet sich in Wentorf bei Hamburg. Die Brüder Henner und Thomas Buhck leiten das Familienunternehmen in der vierten Generation. Die Unternehmensgruppe befindet sich zu 100 % in Familienbesitz.

Gründung:
1899

Mitarbeiter:
850

Weitere Informationen unter:

buhck.de

ren Stapler, Müllsammelfahrzeuge und LKW mit Containern über das Gelände, bringen im Minutentakt neue Müllberge. Diese werden als Erstes mit einem Kran in einen riesigen Schredder gepackt. Damit kann die Reise der Mülltrennung beginnen. Wir erfahren, dass es sehr wohl einen Unterschied macht, den Aludeckel vom Joghurtbecher vollständig zu trennen, auch wenn beide in der gelben Tonne landen. Nur so kann das Metall gesondert gesammelt werden.

„Der Materialmix ist eines unserer größten Probleme“,

klärt Dr. Buhck uns auf.
Die Sortierung trägt aktiv zum Klimaschutz bei. Pro Jahr werden allein durch diese Anlage 90.000 Tonnen CO2 eingespart. „Ohne analoge Arbeit geht es nicht“, erklärt Dr. Buhck und wir folgen dem Förderband an die manuelle Sortierstation. „Ein Teil der Wertstoffe wie Papier und Kunststoffe werden digital erkannt und automatisch sortiert. Hier sortieren unsere Mitarbeiter händisch nach, was digital nicht erkannt wurde oder maschinell nicht zu trennen ist.“

„Neue Verbundstoffe und Plastik-Compounds machen das Recycling einiger Stoffe leider unmöglich.“

Dr. Henner Buhck

Die Sortierung trägt aktiv zum Klimaschutz bei. Pro Jahr werden allein durch diese Anlage 90.000 Tonnen CO2 eingespart.

„Bei Produktentwicklungen wird leider viel zu wenig an das Recycling gedacht.“

Dr. Henner Buhck

Am Ende unserer Tour zeigt Dr. Buhck uns die große Halle mit fertig sortierten Materialien, die als Rohstoffe neu genutzt werden können. Wir sind erstaunt, wie sauber die Materialien getrennt wurden. Paletten mit verschieden Papierqualitäten, Kunststoffen, Metallen. „Neben den sortierten Materialien werden Sortierreste zu einem Ersatzbrennstoff aufbereitet. Dieser wird in industriellen Feuerungsanlagen eingesetzt“, zeigt uns Dr. Buhck.

Man sollte sowohl den Biomüll als auch Altpapier unbedingt vom Hausmüll trennen. Sonst kann es sein, dass alles nicht mehr verwertet werden kann und verbrannt wird.

Fotos: Toni Momtschew

„Was sollte man bei der privaten Mülltrennung auf jeden Fall beachten?“, wollen wir wissen. „Man sollte sowohl den Biomüll als auch Altpapier unbedingt vom Hausmüll trennen. Sonst kann es sein, dass alles nicht mehr verwertet werden kann und verbrannt wird. Dabei ist es auch wichtig, entsprechende Biomülltüten aus Papier zu nutzen. Biomüll in Plastiktüten kann nicht nachhaltig verwertet werden.“

Ein nicht ganz alltäglicher Einblick in ein doch so alltägliches Thema. Zeit die eigenen Gewohnheiten der Mülltrennung genauer unter die Lupe zu nehmen.

Anzeige

HAMBURGER **VOLKSBANK**

Analoges Banking & digitale Plattformen

Interview mit Karen Gruel

Karen Gruel, Bereichsleiterin Firmenkunden der Hamburger Volksbank

Wie entscheiden Sie, welche digitale Möglichkeiten für Ihr Banking genutzt werden?

Karen Gruel: Die mittelständische Wirtschaft befindet sich in einem Entscheidungsspagat, wann und wie viel digitale Unterstützung im Unternehmen eingesetzt werden soll. Entsprechend entwickeln auch wir unsere Entscheidungsparameter aus der Analyse folgender Fragestellungen:

- Was erwarten unsere Privat- und Firmenkunden heute von ihrer Bank?
- Welche persönlichen Beratungsleistungen sind nach wie vor wichtig?
- Welche digitalen Beratungs- oder Serviceleistungen werden gewünscht?
- Wie sind die heutigen Anforderungen an die Erreichbarkeit?
- Welche Anforderungen werden an regionale Standorte gestellt?

Bei unseren umfangreichen technischen Neuentwicklungen werden wir innerhalb unseres genossenschaftlichen Verbundes von unserem Rechenzentrum und Verbundpartnern unterstützt:

- Das Onlinebanking und weitere Zahlungsverkehrssysteme werden permanent weiterentwickelt, damit unsere Kunden zum Beispiel ihren kompletten in- und ausländischen Zahlungsverkehr zu jeder Zeit und von jedem Ort aus online erledigen können.
- Unsere Kunden erwarten ein breites Angebot an Kontaktwegen (online, per Mail oder Telefon), um eigenständig einfache Bankangelegenheiten erledigen zu können. Im November starteten wir deshalb mit einer neuen digital-persönlichen Einheit, um diese geänderten Kundenbedürfnisse zu erfüllen. Im Firmenkundengeschäft haben wir hierfür bereits vor Jahren neben den persönlichen Beratern zentrale kompetente Ansprechpartner installiert, die permanent erreichbar sind.
- Die Lösungsangebote zu Konto, Karte und Zahlungsverkehr sind mittlerweile so umfangreich, dass wir ein interaktives Beratungsprogramm pilotieren, welches wir aktuell im Rahmen der persönlichen Beratung verproben.
- Die persönliche Beratung ist und bleibt von zentraler Bedeutung, wenn es um die individuellen und umfangreichen Firmenanforderungen geht. Hier steht weiterhin unser zentrales Spezialistenteam im Mittelpunkt.

Können Unternehmen von Ihrem Transformationsprozess lernen?

Die digitalen Weiterentwicklungen unserer Kundenbeziehungen wirken sich ebenso auf unsere internen Bereiche aus. Also geht es auch bei uns um die Optimierung von Bearbeitungswegen und die Bewältigung von Papierbergen. Hierzu befinden wir uns in einer permanenten Prozessoptimierung, zum Beispiel durch:

- zentrale digitale Archivierung aller Kundenunterlagen
- sofortige Digitalisierung eingehender Unterlagen und digitale Weiterverarbeitung
- sicheren Unterlagenversand per Mail (ggf. mit Verschlüsselung)
- elektronischen Kontoauszug
- den „ digitalen Finanzbericht“, mit dem der Jahresabschluss medienbruchfrei vom Steuerberater/ Wirtschaftsprüfer online und sicher direkt in das Bankensystem gesendet wird. Die Bilanzanalyse findet anschließend automatisiert statt.

Welche Vorteile bietet die Digitalisierung für den Berater in seiner täglichen Arbeit?

Unsere Mitarbeiter werden im laufenden Digitalisierungsprozess gecoacht, geschult und ausgestattet. Zum Beispiel werden alle Berater mit iPads ausgestattet. Das hat viele Vorteile für den Mitarbeiter – und den Kunden:

- Der Berater ist mit den wesentlichen Systemen aus unserem Haus überall online.
- Schneller Unterlagenaustausch auch im Beratungstermin ohne Papier
- Gemeinsame Sichtung und Bearbeitung von Unterlagen, die dem Kunden unmittelbar auf digitalem Weg zur Verfügung gestellt werden. Es gilt: Jede gemeinsam erstellte Übersicht, Skizze oder Zeichnung sagt mehr als lang ausformulierter Text.
- Der Berater hat für die Beratung unterstützende Informationen an Bord, um sich spontan ergebende Themen besprechen zu können.
- Bei umfangreicheren Gesprächen mit mehreren Teilnehmern ist der Präsentationsmodus über große Bildschirme möglich.
- Unterlagen vom Kunden können gleich eingescannt mitgenommen werden.
- Ergänzend können wir Apps oder digitale Anleitungen zum Beispiel zu Fachthemen mit in die Beratung einbeziehen.

Fazit:

Sich den neuen Anforderungen seiner Kunden zu stellen und gewünschte digitale Möglichkeiten zu bieten, bedeutet einen laufenden Managementprozess. Die qualifizierte individuelle Beratung im Firmenkundengeschäft wird dabei zu vielen Themen in persönlicher Form weiterhin vom Kunden bevorzugt. Die intelligente Technik kann also nicht alle Lösungen erarbeiten. Ideal ist ein omnikanales Angebot, mit dem die persönliche Beratung um digitale Unterstützungs- und Servicemöglichkeiten zur Vereinfachung und Beschleunigung ergänzt wird.

INFO

Seit 157 Jahren 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. Ihre expansive Strategie setzt die Bank im Geschäftsjahr 2018 im Ausbau des Kreditgeschäfts erfolgreich fort.

www.hamburger-volksbank.de

IM **PORTRÄT**

Modernste Logistik – per Hand

Vom Umgang mit empfindlicher Lebensmittelrohware

Während der Hamburger Hafen bereits einen Digitalisierungsgrad von 95 Prozent erreicht hat, setzt man bei der Firma EICHHOLTZ auf Handarbeit und erfahrene Mitarbeiter. Nathalie Rieck hat sich von der Nachfolgerin Franziska Kraupner erklären lassen, wieso ihr Unternehmen gleichzeitig „analog“ und dabei hochmodern und innovativ sein kann.

Auf der Peute besuchen wir den Logistikanbieter Eichholtz, 1932 als Quartiersmann-Firma in der Speicherstadt gegründet. Mittlerweile leitet Franziska Kraupner, Enkelin des Gründers, das Unternehmen, das sich mittlerweile zu einem Full-Service-Logistiker für Lebensmittelrohware und Kaufmannsgüter aller Art entwickelt hat. Während wir im Empfangsbereich auf Frau Kraupner warten, fällt unser Blick auf den Übersichtsplan mit allen Hallen, damit sich die Fuhrunternehmen auf dem Betriebsgelände schnell orientieren können. Und diese Hilfestellung tut Not, schließlich verfügt Eichholtz über 20.000 Quadratmeter Lagerfläche, rund 32.000 Kubikmeter Kühllagerhallenkapazität mit einer der modernsten Kälteanlagen Europas, Misch- und Absackungsanlagen und einer Reinigungsanlage inkl. X-Ray, mit der sich eine Reinheit von nahezu 100 Prozent bei Lebensmittelrohware erzielen lässt.

Da kann man sich schon mal verlaufen… Mit einem freundlichen Lächeln eilt Franziska Kraupner herbei. Sie wirkt, als könne sie nichts aus der Ruhe bringen. Vor dem Betriebsrundgang unterhalten wir uns über die Anfänge des Betriebes, die Veränderungen im Hamburger Hafen und welche Einflüsse sie auch zur Unternehmensentwicklung beigetragen haben. „Eigentlich wollte ich gar nicht in des Unternehmen einsteigen“, erzählt die Jungunternehmerin. Es war die fehlende Perspektive in ihrer vorherigen Tätigkeit, die sie motivierte, sich mit ihrem Vater auf eine zweijährige Tätigkeit auf Probe zu einigen. „Tja, und irgendwie hatte ich dann Blut geleckt.“ Mittlerweile ist Franziska Kraupner seit 15 Jahren im Betrieb tätig. Sie erzählt uns von ihrem speziellen Logistik-Service: „Mein Großvater gründete unseren Betrieb. Er lagerte und bearbeitete Saaten und Hülsenfrüchte. Unser Dienstleistungsspektrum ist weit umfassender als die Lagerhaltung."

Anzeige

Messebau und Service
seit 1978

MDS

Familienunternehmen
haben bei uns einen ganz besonderen Stand.

www.mdsmessebau.de

„Mein Großvater gründete unseren Betrieb. Er lagerte und bearbeitete Saaten und Hülsenfrüchte. Unser Dienstleistungsspektrum ist weit umfassender als die Lagerhaltung."

Anzeige

Wir begutachten die Lebensmittelrohware, kommissionieren nach Kundenwunsch, reinigen, veredeln, erstellen Mischungen und (ver-)packen bei Bedarf die Ware um. Bei einigen dieser Dienstleistungen setzen wir auf modernste Technik. Aber wenn es ums Ausladen und Begutachten geht, geht nichts über kompetente, sorgfältige Menschen. Denn die Ware wird uns i.d.R. in unterschiedlichen Gebinden, beispielsweise in Säcken, containerweise angeliefert.

„Wir entladen jeden Sack von Hand und prüfen dabei direkt den Zustand der Ware."

Ist eine Ecke feucht, ist ein Gebinde beschädigt oder verdreckt, gibt uns das Hinweise. Aus dem Container wird dann auf Europaletten umgepackt und diese dann je nach Umschlag zwischengelagert. Besonders hilfreich ist für uns dabei unser mobiles Hochregallager. Wir können die Gerüste flexibel bewegen, Abstände anpassen und so unsere Lagerflächen optimal nutzen."

Wir sind erstaunt, dass in einer von Zeit und Effizienz getriebenen Branche wie Lagerung und Logistik die manuellen Tätigkeiten im Alltag noch einen derart hohen Anteil haben. Frau Kraupner erklärt uns, weshalb sie nicht mehr automatisieren kann: „Zum einen

sind die bei uns lagernden Waren vielfältig. Und zum anderen verwenden die Erzeuger weltweit viele unterschiedliche Transportgefäße. Hinzu kommt, dass die Ware oft empfindlich ist." Frau Kraupner lacht und fährt fort: „So ein Sack oder ein Karton Cashewnüsse hat den Wert eines hochwertigen Fernsehers. Wenn Sie Bäcker sind und diese Zutaten kaufen, möchten Sie, dass die heil im Ganzen bei Ihnen eintreffen. Sie dürfen nicht brechen, nicht feucht werden oder gar Schimmel ansetzen."

Doch nicht nur beim Ausladen und Einlagern zählt bei Eichholtz der menschliche Faktor. Bereits vorher, wenn ein Container mit Lebensmittelrohware geöffnet wird, sind die Fähigkeiten der Mitarbeiter erfolgsentscheidend.

„Mein Kollege hat eine so feine Nase, davon kann sich manch Spürhund eine Scheibe abschneiden.", berichtet Franziska Kraupner stolz.

„Erfahrung, ausgereifte Fachkenntnisse über die Rohware und engagierte Mitarbeit helfen in unserem Bereich, dass wir gleich bei Ankunft der Ware erkennen, welchen Zustand sie hat. ‚Back to the roots' als Quartiersmann mit Gespür für Qualität – so haben wir unseren festen Platz am Markt. Hand anlegen und unsere Sinne einsetzen werden wir dabei sicher noch viele Jahre."

INFO

Unternehmen:
EICHHOLTZ GmbH

Schwerpunkt:
EICHHOLTZ bietet alle Dienstleistungen rund um Lebensmittelrohware und Kaufmannsgüter aller Art – von der Lagerung über den Umschlag bis hin zur Veredelung, Reinigung, Kommissionierung und Distribution. Außerdem verfügt das Unternehmen über eine der modernsten Kälteanlagen Europas.

Gründungsjahr:
1932

Mitarbeiter:
30

www.eichholtz.de

Anzeige

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

Sie wollen einen Film?
Sie kriegen einen Film.

FRISCHERFILM
Die Filmproduktion für Unternehmen

Ihr Ansprechpartner im Verband
Peter Zickermann
040 – 181 335 56
hallo@frischerfilm.de
www.frischerfilm.de

VOR ORT **BERICHT**

Erfolgreich eingelocht!

2. Norddeutscher Unternehmer-Cup am 7. September 2018

Im Golf-Park Peiner Hof in Priesdorf wurde in diesem Jahr der 2. Norddeutsche Unternehmer-Cup für Golfer in jeder Spielstärke ausgespielt.

Beinahe 30 begeisterte Golfer waren der Einladung von DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER nach Prisdorf im Pinnau-Tal gefolgt. Dort erwarteten sie die Herausforderungen des 18-Loch-Platzes vom Golf-Park Peiner Hof. Dank der Greenkeeper des Golf-Parks waren die Bahnen trotz des trockenen Sommers in optimalem Zustand. „Golf, Fun und guter Sportsgeist“ – unter diesem Motto stand der Tag und entsprechend gut gelaunt machten sich die Teams bei typischem Hamburger Schmuddelwetter auf die Runde. Gespielt wurde ein 2er-Scramble, so dass jeder Flight zügig vorankam.

Die Handicaps der Teilnehmer variierten zwischen 6,8 und frischer Platzreife und so spielten die 2er-Teams ihren Ball zielstrebig von Loch zu Loch. Unterbrochen von einigen Sonderwertungen, die dem Turnier seinen besonderen Reiz verliehen.

Als Halfway-Verpflegung servierte das Prisdorfer Restaurant Goldschätzchen in der Goldscheune lecker-scharfe Currywurst, gesponsert von Hansa Hallenbau. Dazu gab’s das gesponserte Bier „von Freude“.

Nach gut fünf Stunden trudelten die ersten Flights im Clubhaus ein. Die Siegerehrung nahmen die Organisatoren Malte Wettern und Philipp Wilczek vor. Dank der Sponsoren Marriott, Adenauer & Co, CTS GmbH, Karl Lagerfeld, Kabs Polsterwelt, Orgahead, H.J. Schryver & Co., 5CUBE, Jungheinrich, BMW Niederlassung Hamburg und Shirt by Hand erwarteten die besten Golfer attraktive Preise.

Bei dieser Gelegenheit möchten wir auch dem Hamburger Versorgungswerk danken, das den Spielern durchgehend ein Cart gestellt hat. Nach dem gemeinsamen Abendessen waren sich alle Teilnehmer sicher: „Im nächsten Jahr sind wir wieder mit dabei!“

Interessant für alle Golfer der beiden Verbände: Auch für das Jahr 2019 erhalten Mitglieder von DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER von Susanne Rahlfs, Golfpark Peiner Hof, spezielle Sonderkonditionen. Bei Interesse fragen Mitglieder gerne in unserer Landesgeschäftsstelle nach.

Teamplatzierungen:
Bruttosieger:
Carsten Schryver und Robert Kabs

1. Platz Netto:
Mareike Biesold und Kai Teute

2. Platz Netto:
Robert Schenk und
Malte Wettern

3. Platz Netto:
Philipp und Jutta Wilczek

Anzeige

nachfolge akademie

STRATEGIE, RECHT UND STEUERN

Die Nachfolgeakademie bietet zielgenaue Wissensvermittlung für aktive und passive Gesellschafter, Junioren und Senioren, Ehepartner, Fremdgeschäftsführer und Beiratsmitglieder von Familienunternehmen.

Ziel ist die Zukunftssicherung und der Erhalt des Unternehmens. Profitieren Sie von der Erfahrung unserer Referenten, lernen Sie durch den Austausch mit den anderen Teilnehmern und knüpfen Sie Kontakte zu Gleichgesinnten.

Unser Programm 2019 finden Sie im nächsten Heft.

T 040 890 66 25 90
E info@nachfolge-akademie.de

www.nachfolge-akademie.de

NORD**STORY**

Holsteiner Familienunternehmer stellen sich vor

Bernhard Peters ist seit 2015 gemeinsam mit seiner Schwester Mareike Peters Geschäftsführer der Bernhard Peters GmbH. Das seit 1933 bestehende Unternehmen hat sich im Laufe der Jahre gewandelt: Als Sensensetzer gestartet, wurden zunächst Heizöl, Kohle und Landerzeugnisse verkauft, bis der Fokus verstärkt auf Kies und Baustoffe gelegt wurde. Heute ist das in vierter Generation geführte Familienunternehmen ein Spezialist in Sachen Kies und Entsorgung für Gewerbe- und Privatkunden.

Über den Befragten

Bernhard Peters

INFO

Unternehmen:
Die Bernhard Peters GmbH ist spezialisiert auf die Lieferung und den Verkauf von Rohstoffen.
Seit über 80 Jahren werden Gewerbe- wie Privatkunden mit Roh- & Baustoffen wie Natursteinen, Splitten und Muttererde beliefert. Der Maschinen-Verleih bietet entsprechend unterstützendes Gerät rund um den Bau: vom Anhänger über den Bagger bis zum Radlader.

Geschäftsführer
Bernhard Peters

www.peters-fuhrbetrieb.de

1 Welches Thema beschäftigt Sie als Unternehmer derzeit am meisten?

Bernhard Peters: Derzeit beschäftigt uns besonders die Knappheit einiger Rohstoffe, die uns vor logistische Herausforderungen stellt. Zum Teil ist es notwendig, auf mehrere Quellen auszuweichen, um ein gefordertes Material zu liefern. Dies kann zu Verzögerungen auf den Baustellen führen. Wir haben beispielsweise derzeit bei einem Zuschlagstoff die Situation, dass dieser über Wochen nicht lieferbar ist. Als Lösung haben wir mit zwei Partnern eine Logistik aus Skandinavien aufgebaut. Ein anderes heikles Thema betrifft den Entsorgungsbereich: Die Annahme von Baustoffen zur Entsorgung ist bei einigen Abfällen schon eingeschränkt. Es führt sogar soweit, dass Entsorgungen verweigert werden.

2 Wo soll Ihr Unternehmen in fünf Jahren stehen und wie könnten Ihnen Bund und Land helfen, diese Ziele zu erreichen?

Peters: Ich glaube, die nächsten fünf Jahre werden sehr spannend. Zum einen möchten wir unser Dienstleistungsportfolio erweitern. Vorgesehen ist, unsere Baumaschinenvermietung kontinuierlich auszubauen. Zudem haben wir mit der Grundstückserweiterung in diesem Jahr die Grundlage geschaffen, das Lager- und Selbstabholergeschäft zu vergrößern. Im Zuge dessen werden weitere Serviceangebote entstehen. Zum anderen steht immer mehr die Frage im Raum, wie wir ein analoges Geschäft bzw. eine analoge Dienstleistung digitalisieren. Sehr spannend.
Hilfreich wäre zu wissen, wie sich die Politik in der Dieselthematik positioniert, um bei Investitionsentscheidungen nicht von heute auf morgen auf dem falschen Fuß erwischt zu werden. Ich würde es auch sehr begrüßen, wenn es gezielte Förderprogramme zu dem Thema Digitalisierung gäbe, beispielsweise für Schulungen und Consulting.

3 Was schätzen Sie am Norden und seinen Menschen?

Peters: Es ist meine Heimat – sowohl wirtschaftlich als auch privat. Wir haben mit Nord- und Ostsee zwei Meere vor der Tür, können sowohl ländlich-idyllisch als auch in Städten leben. Mit Hamburg haben wir das Tor zur Welt auch ziemlich nah. Die Menschen im Norden schätze ich als fleißig, ehrlich, direkt und zuverlässig. Diese Qualitäten sehe ich auch in meinem Umfeld: Bei unseren Mitarbeitern, die sich stets zum Wohl des Kunden einsetzen, bei meinen Eltern und Geschwistern, die als Partner und Familienbande immer an meiner Seite stehen, und besonders bei meiner Frau, die für mich ein starker Rückhalt ist. Vielen Dank dafür!

4 Welche Bedeutung hat „Analog“ in Ihrem Arbeitsalltag und für Sie persönlich?

Peters: Im Allgemeinen wird immer von Digitalisierung von Arbeitsprozessen gesprochen. Dies ist bis zu einem gewissen Grad möglich, letztendlich sind es aber unsere Fachkräfte, die den Kies verladen und ausliefern oder die Maschinen zur Vermietung betriebsbereit übergeben. Auch die Verarbeitung von Kies im Straßenkörper und das Fahren der Maschinen auf der Baustelle funktioniert immer noch analog. Das Analoge ist also ein elementarer Bestandteil unserer Arbeit. Man darf sich dennoch nicht den digitalen Helfern verschließen. Sie können einige Prozesse verschlanken und vereinfachen; es ist die Kombination aus Beidem, die zum Erfolg führt.

5 Wie entspannen Sie?

Peters: Ich entspanne beim Lesen eines guten Buches oder beim Sport und genieße Kurztrips und Städtereisen mit meiner Frau.

„Hilfreich wäre zu wissen, wie sich die Politik in der Dieselthematik positioniert, um bei Investitionsentscheidungen nicht von heute auf morgen auf dem falschen Fuß erwischt zu werden. “

KPMG **LAW**

Urteile, die Sie kennen sollten

1

Arbeitsrecht

Kein Anspruch auf bezahlten Urlaub während der Elternzeit

(EuGH, Urt. v. 04.10.2018 – C-12/17, „Dicu“) und faktische Unverfallbarkeit von Urlaubsansprüchen (EuGH, Urt. v. 06.11.2018, „Kreuziger“)

Das Problem Anspruch eines Arbeitnehmers in Elternzeit auf bezahlten Urlaub (Dicu) und Verfallbarkeit von Urlaubsansprüchen wegen Ablauf des jeweiligen Kalenderjahres (Kreuziger)

Die Entscheidungen Der Europäische Gerichtshof (EuGH) bestätigt in dem Dicu-Urteil erstmals die Zulässigkeit von nationalen gesetzlichen Regelungen, die – wie § 17 des Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetz (BEEG) – dem Arbeitgeber die Möglichkeit einräumen, den bezahlten Erholungsurlaub für jeden vollen Kalendermonat der Elternzeit um ein Zwölftel zu kürzen. In dem Kreuziger-Urteil bestimmt der EuGH, dass ein am Ende des jeweiligen Kalenderjahres vom Mitarbeiter nicht genommener Urlaub nicht verfällt, sofern der Arbeitgeber den Mitarbeiter in dem Kalenderjahr nicht aktiv zur Inanspruchnahme seiner Urlaubsansprüche angehalten hat.

Folgen für die Praxis Die Praxis erhält mit dem Dicu-Urteil Rechtssicherheit zu der in § 17 BEEG vorgesehenen Möglichkeit der Kürzung des Jahresurlaubs während der Elternzeit. Arbeitgeber haben diese Kürzung aktiv durchzuführen – erfolgt eine solche aktive Kürzung nicht, hat der Mitarbeiter seinen arbeitsrechtlichen Urlaubsanspruch auch während der Elternzeit. Das Kreuziger-Urteil weicht faktisch von den gesetzlichen Regelungen des Bundesurlaubsgesetzes (BUrlG) ab, demnach der vom Mitarbeiter im jeweiligen Kalenderjahr nicht genommene Urlaub generell am Jahresende bzw. spätestens am 31. März des Folgejahres verfällt (§ 7 Abs. 3 BUrlG). Arbeitgeber können die vom EuGH angenommene faktische Unverfallbarkeit der Urlaubsansprüche verhindern, indem sie Mitarbeiter zukünftig rechtzeitig vor dem Jahresende auf die noch offenen Urlaubsansprüche hinweisen und dazu anhalten, diese zu beanspruchen. Hierzu sollte ein – automatisierter – Prozess etabliert werden.

2

Gesellschaftsrecht

Übernahme des Gründungsaufwandes in der Satzung der GmbH

(OLG Celle, Beschluss vom 02.02.2018 – 9 W 15/18)

Das Problem Bei der Gründung einer GmbH wird häufig eine Regelung in die Satzung aufgenommen, nach der diese einen Gründungsaufwand von bis zu 2.500 Euro selbst zu tragen hat. Dies steht im Kontrast zu dem Unversehrtheitsgrundsatz, nach dem das Stammkapital nicht direkt in der Gründungsphase durch Vorbelastungen aufgebraucht werden soll, entspricht aber der gängigen Praxis. Bei späteren Satzungsänderungen stellt sich für die Gesellschafter indes häufig die Frage, ob diese Bestimmung nicht aus der Satzung gestrichen werden könnte, da die Gründungsphase zwischenzeitlich abgeschlossen wurde.

Die Rechtsprechung Das OLG Celle hat nunmehr entschieden, dass Regelungen über die Tragung des Gründungsaufwandes in der Satzung der GmbH jedenfalls vor Ablauf von zehn Jahren nach erstmaliger Eintragung der GmbH nicht gestrichen werden dürfen und hat damit die vorangehende Rechtsprechung des OLG Oldenburg (Beschluss vom 22.08.2016 – 12 W 121/16) bestätigt. Das zuständige Registergericht hatte zuvor einen Eintragungsantrag hinsichtlich der Neufassung der Satzung einer GmbH abgelehnt, da der Zeitraum von zehn Jahren noch nicht verstrichen war.

Unsere Praxisempfehlung Diese Rechtsprechung beruht auf dem Informationsinteresse des Rechtsverkehrs, welchem zumindest innerhalb der im GmbH-Gesetz geregelten Verjährungsfristen von zehn Jahren durch die Offenlegung der von der GmbH getragenen Gründungskosten Genüge getan werden soll. Um einen reibungslosen Ablauf mit dem Registergericht bei einem Eintragungsantrag für eine Satzungsänderung zu gewährleisten, sollte daher innerhalb der ersten zehn Jahre nach Gründung der GmbH eine Regelung über die Übernahme der Gründungskosten nicht gestrichen werden, auch wenn diese nach Abschluss des Gründungsvorgangs keine praktische Bedeutung mehr hat.

Der **AUTOR**

Peter Plennert ist Rechtsanwalt und Manager bei der KPMG Law Rechtsanwaltsgesellschaft mbH in Hamburg. Seit mehreren Jahren berät er Familienunternehmen und Unternehmenseigner in allen Bereichen des Gesellschafts- und Handelsrechts, bei Umstrukturierungen und bei Unternehmenstransaktionen.

AGA **LAW**

Urteile, die Sie kennen sollten

Arbeitsrecht

3 Mindestlohnansprüche müssen aus einer Ausschlussklausel ausgenommen werden

Das Problem Eine vom Arbeitgeber vorformulierte arbeitsvertragliche Ausschlussklausel, die ohne jede Einschränkung alle beiderseitigen Ansprüche aus dem Arbeitsverhältnis und damit auch den ab dem 1. Januar 2015 von § 1 Mindestlohngesetz garantierten Mindestlohn erfasst, verstößt gegen das Transparenzgebot des § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB. Dies gilt jedenfalls, wenn der Arbeitsvertrag nach dem 31. Dezember 2014 geschlossen wurde.

Die Rechtsprechung Im vorliegenden Fall regelten Arbeitnehmer und Arbeitgeber im Arbeitsvertrag vom 1. September 2015, dass alle beiderseitigen Ansprüche aus dem Arbeitsverhältnis verfallen, wenn sie nicht innerhalb von drei Monaten nach Fälligkeit gegenüber der anderen Vertragspartei schriftlich geltend gemacht worden sind. Der Mindestlohnanspruch allerdings wurde in dieser Klausel nicht explizit ausgenommen. Nachdem das Arbeitsverhältnis durch den Arbeitgeber gekündigt worden ist, einigten sich die Parteien auf einen Vergleich, der beinhaltete, dass das Arbeitsverhältnis mit Ablauf des 15. August 2016 enden sollte und der Arbeitgeber sich verpflichtete, das Arbeitsverhältnis bis zum 15. September 2016 ordnungsgemäß abzurechnen. Der Arbeitgeber nahm jedoch keine Urlaubsabgeltung vor und berief sich darauf, dass der Urlaubsanspruch verfallen sei, weil der Arbeitnehmer diesen nicht rechtzeitig innerhalb der arbeitsvertraglich geregelten Ausschlussfrist geltend gemacht habe. Das Arbeitsgericht gab dem Arbeitnehmer Recht und der Klage statt, das Landesarbeitsgericht wies sie aber ab. Jedoch war die Revision des Arbeitnehmers erfolgreich – die Urlaubsabgeltung wurde ihm zugesprochen. Zwar habe der Arbeitnehmer den Anspruch nicht rechtzeitig innerhalb von drei Monaten geltend gemacht, allerdings war dies unschädlich, da die Ausschlussklausel unwirksam sei.

Unsere Praxisempfehlung Aus dem Urteil geht klar hervor, dass Mindestlohnansprüche aus einer formularvertraglichen Ausschlussklausel unbedingt ausgenommen werden müssen. Anforderungen an eine korrekte Formulierung einer Ausschlussklausel fehlen allerdings. Fraglich ist daher, ob zur Vermeidung von Intransparenz dann gleich alle Ansprüche ausgenommen werden müssen, für die eine Ausschlussklausel nicht gilt.

Arbeitsrecht

4 Rundung von Bruchteilen von Urlaubstagen

Das Problem Eine Klägerin war seit 2002 als Fluggastkontrolleurin beschäftigt. Ende 2007 ging sie in Mutterschutz, sodann in Elternzeit. Sie wurde erneut schwanger und anschließend arbeitsunfähig krank. Von April bis September 2015 arbeitete die Klägerin – unterbrochen durch ihren Jahresurlaub – wieder. Das Arbeitsverhältnis endete am 30. September 2015. Die Urlaubsberechnung ergab für sie 28,15 Urlaubstage im Jahr 2016. Der Arbeitgeber rundete ab und gewährte der Frau 28 Tage Jahresurlaub. Die Arbeitnehmerin war der Ansicht, ihr stehen die restlichen 0,15 Urlaubstage zu.

Die Rechtsprechung Das Bundesarbeitsgericht entschied ebenso wie die Vorinstanz, dass der Urlaubsanspruch der Klägerin nicht auf 28 Arbeitstage abzurunden ist. Weder das Bundesurlaubsgesetz noch der im vorliegenden Fall anwendbare Manteltarifvertrag enthalten eine spezielle Regelung zu Abrunden von Urlaubstagen. Das Bundesarbeitsgericht bestätigte jetzt in einem Urteil, dass die Ab- oder Aufrundung von bruchteiligen Urlaubstagen nicht in Betracht kommt, sofern nicht gesetzliche, tarif- oder arbeitsvertragliche Bestimmungen Abweichendes regeln. Demnach setzt ein Auf- oder Abrunden eine entsprechende Rechtsgrundlage voraus, die sich entweder aus dem Gesetz, einem Tarif- oder Arbeitsvertrag ergeben kann. Das Bundesurlaubsgesetz enthält in § 5 Abs. 2 eine Aufrundungsregelung für die in Absatz 1 Bundesurlaubsgesetz abschließend aufgelisteten Fälle des Teilurlaubes. Da § 5 Abs. 2 Bundesurlaubsgesetz in allen anderen Fällen jedoch nicht anwendbar ist und darüber hinaus keine weitere Regelung betreffend die Rundung von Urlaubsansprüchen besteht, wird grundsätzlich auch ein Bruchteil von Urlaubstagen nicht auf- oder abgerundet. Vielmehr ist der Urlaub in einem solchen Fall in Höhe des ermittelten Bruchteils durch teilweise Arbeitsbefreiung an einem Tag zu erfüllen.

Unsere Praxisempfehlung Bruchteile von Urlaubstagen ergeben sich insbesondere bei einer Teilzeittätigkeit oder beim Wechsel zwischen Voll- und Teilzeit, die eine Umrechnung des Urlaubsanspruchs erforderlich machen. Daher sollten Arbeitgeber in ihren Arbeitsverträgen eine entsprechende Rundungsvorschrift vorsehen.

Arbeitsrecht

5 Fristlose Kündigung durch gravierenden Pflichtverstoß

Das Problem Bei einem gravierenden Pflichtverstoß des Arbeitnehmers hat der Arbeitgeber unter bestimmten Voraussetzungen die Möglichkeit eine fristlose Kündigung auszusprechen. Wann liegt nun ein solcher gravierender Pflichtverstoß vor?

Die Rechtsprechung Nach dem Gesetz liegt der für die fristlose Kündigung erforderliche sogenannte wichtige Grund vor, wenn der Arbeitnehmer in so gravierender Weise gegen seine arbeitsvertraglichen Pflichten verstoßen hat, dass dem Arbeitgeber die Fortsetzung des Arbeitsverhältnisses nicht zugemutet werden kann. Das Vorliegen eines solchen wichtigen Grundes muss der Arbeitgeber beweisen. Neben der Möglichkeit der Tatkündigung kann der Arbeitgeber auch eine Verdachtskündigung aussprechen. Denn das Risiko des Tatnachweises trägt allein der Arbeitgeber. Bei der Verdachtskündigung reicht es bereits, dass der dringende Verdacht einer strafbaren beziehungsweise einer erheblichen Pflichtverletzung des Arbeitnehmers besteht. Hierbei kann der Arbeitgeber die Kündigung jedoch nur innerhalb von zwei Wochen, nachdem er von den für die Kündigung maßgeblichen Umständen Kenntnis erlangt hat, erklären. Die Verdachtskündigung kann demnach nur Erfolg haben, wenn der Arbeitgeber unverzüglich alles Zumutbare unternimmt, um den Sachverhalt aufzuklären und sich der Verdacht einer schwerwiegenden Vertragsverletzung danach weiterhin aufdrängt. Zur Aufklärung des Sachverhalts gehört insbesondere die Anhörung des Arbeitnehmers. Diese kann schriftlich oder mündlich erfolgen. Dabei sollte der Arbeitnehmer bereits im Anhörungsbogen beziehungsweise Einladungsschreiben zur mündlichen Anhörung darauf hingewiesen werden, was ihm vorgeworfen wird. Der Vorwurf sollte hierbei so konkret und detailliert wie möglich dargestellt werden. Dem Mitarbeiter ist so dann angemessen Zeit für die Antwort einzuräumen. Das Landesarbeitsgericht hielt eine Stellungnahmefrist von einer Woche für angemessen..

Unsere Praxisempfehlung Der Ausspruch einer Verdachtskündigung bedarf zügiger, aber sorgfältiger Vorbereitung. Insbesondere sollte der Arbeitgeber vorsorglich dem betreffenden Arbeitnehmer eine großzügige Frist zur Stellungnahme einräumen.

Über die **AUTORIN**

Janine Fazelly ist Leiterin der Rechtsabetilung und Rechtsanwältin beim AGA Unternehmensverband

KÜNSTLER **HAUTNAH**

In der letzten Ausgabe des Hamburger Unternehmer haben wir Ihnen mit **Peter Nikolaus Heikenwälder** einen Künstler vorgestellt, dessen feinmalerische Werke ausschließlich im Atelier entstehen. Heute präsentiert Ihnen **Rene S. Spiegelberger** einen Künstler, der es mit Paste-Ups von der Straße in die Galerien geschafft hat.

Von der Pommesbude nach London und New York

Ateliergespräch Andreas Jakobs

von Rene S. Spiegelberger

mittenimwald, verzeih, da steht natürlich eine Assoziation im Vordergrund: Man sieht den Wald vor lauter Bäumen nicht.

Andreas Jakobs: Richtig.

Ich vermute mal, die Assoziation wolltest du auch irgendwie suggerieren. Woher kommt der Name?

AJ: Genau, ich habe vor mittlerweile 15 Jahren angefangen, Street Art zu machen, aber ohne Namen. Ich habe meine Paste-Ups überall hingehängt und irgendwann kam der Kontakt zu anderen und die haben halt gefragt: Hast du gar keinen Namen? Du musst doch was draufschreiben, darum geht's doch. Um den fame. Da hab ich mir gesagt, ach Gott, wie machst du das? Und habe erst JAAN genommen, also meine Initialen ein bisschen gedreht. Das war dann aber langweilig und dann, wie du sagtest, „man sieht den Wald vor lauter Bäumen nicht", bin ich halt bei mittenimwald geblieben, weil ich das als Wort ganz schön fand. Und Amerikaner kennen mich nur als mitten… Das ist ein kleiner Boxhandschuh, den man überzieht. Weil die mittenimwald nicht verstehen und nicht in dem Sinne hinbekommen.

Deine Arbeiten sind von hoher Ästhetik geprägt, mahnen und kritisieren dennoch auch in die Gesellschaft hinein auf eine zwar subtile Weise, die in der ersten Schicht immer von dieser Ästhetik lebt, aber wie wichtig ist dir die politische Aussage in deinen Kunstwerken?

AJ: Sie war mir immer sehr wichtig, aber ich habe auch lernen müssen, dass ich zensiert werde; auf Facebook ist fast gar nichts mehr von meinen Arbeiten zu sehen. Weil viel nackte Haut zu sehen ist, wird das teilweise komplett zensiert. Und politische Aussagen werden ja auch zensiert. Bei Google waren ein halbes Jahr lang gar keine Arbeiten von mir mehr zu sehen, weil die alle gelöscht oder unterdrückt worden sind.

Welche Themen waren dafür der Auslöser?

AJ: Ich hatte etwas Kritisches zu Putin gemacht. Ich weiß nicht, woher es kam, aber es war alles weg, man konnte nichts von meinen Arbeiten mehr sehen. Und das ist dann schon schwierig. Viele Leute stören sich ja schon an der Farbigkeit meiner Arbeiten, weil sie etwas anderes damit verbinden. Ich meine, das sind nur Farben. Aber es ist…

Das war auch eine unserer Fragen: Rot – weiß – schwarz. Ob das auch eine Bedeutung an sich hat?

AJ: Das sind Signalfarben, darum geht es. Dadurch, dass ich natürlich fast nur Frauen mache, habe ich natürlich zudem sehr viele Probleme mit den Feministinnen.

Wirklich? Es ist doch aber eigentlich ein Zeichen der Emanzipation, oder nicht?

AJ: [flüstert] Genau. Aber das verstehen nicht alle. Die Leute sehen immer alles nur aus der Ferne. So im Internet, sie kommunizieren nicht, sie gucken sich das an, sie bilden sich ihre Meinung und brüllen sie dann raus. Wenn man meine letzte Ausstellung anguckt, waren es Frauen, ja, aber ohne Aussage, weil ich mir einige Aussagen schon verkniffen habe. Und dann hat der Galerist auch eine ganze Serie rausgenommen, weil ihm das zu anrüchig war, und daraufhin waren viele der Besucher, die meine älteren Arbeiten kennen, sehr enttäuscht. Das sind dann nur noch hübsche Portraits, aber da können wir jetzt auch alle nichts mehr mit anfangen. Das ist wirklich eine Schwierigkeit…

Die Anrüchigen mit der Aussage, die zeigst du uns dann noch mal nach unserem Gespräch, in Ordnung?

AJ: Ich glaube, von denen habe ich jetzt nicht so viele hier, denn das Interesse daran ist natürlich viel größer. Aber es ist heutzutage schwer geworden, da sich viele vorschnell eine Meinung bilden.

Meinst du, dass die Diskussion hierbei von der political correctness, die stetig weiter zunimmt, dominiert wird?

AJ: Das nehme ich schon so wahr. Alles wird gewertet, ohne wirklich darüber nachzudenken.

Das ist aber nicht gerade die Erwartungshaltung an die Urban Art-Szene, zu der du dich ja auch zählst. Ihr nehmt doch für euch in Anspruch, den Finger in die Wunde zu legen, provokante Aussagen nach außen zu tragen und sie in die Mitte der Gesellschaft zu rücken?

AJ: Natürlich, aber wenn du nur noch angefeindet wirst… Familie, alles Drum und Dran, dann wird's ein bisschen schwierig. Dann überlegt man sich, mache ich jetzt noch eine politische Aussage oder reize ich lieber meine Technik immer weiter aus und mache hübsche Arbeiten, die nicht anecken? Also mit der politischen oder gesellschaftskritischen Aussage wird das schon immer schwieriger. Thomas Baumgärtel, der Bananensprayer aus Köln zum Beispiel, hat ja das Problem mit Erdogan gehabt, weil er dem auf einem Bild eine Banane in den Arsch gesteckt hat.

Ja, das kenne ich.

AJ: Wir haben den gleichen Galeristen in Köln, der musste zur Vernissage vor der Galerie Security auffahren, weil es eine so massive Anfeindung gegen die Ausstellung gab. Bei meiner nächsten Show hat der Galerist natürlich gesagt, dass er das nicht noch einmal haben möchte.

Dann fehlt dem Galeristen aber auch ein bisschen der Mut, oder?

AJ: Natürlich, aber der hat die Anfeindungen schon vier Wochen vorher gehabt. Ich verstehe das schon; wenn da ständig gewaltbereite Menschen vor deiner Galerie rumlaufen, bist du schon eingeschüchtert. Also ich weiß nicht, ob man das noch haben möchte.

In unserem Vorgespräch hast du die schwierige Situation in der Galerieszene angesprochen. Nichtsdestotrotz gilt für deine künstlerische Vita: Von der Pommesbude nach London und New York.

AJ: Richtig.

Wie schwer war dieser Weg, also der Weg dorthin und wie sehr hat der Prozess auch deine Kunst beeinflusst? Du bist eben schon ein wenig darauf eingegangen, als Du hast anklingen lassen, dass du dich, je größer der Erfolg wird, desto eher auch den Mainstream-Argumentationen fügen musst. Ist das ein Teil dieses Lebens?

AJ: Ja, auf jeden Fall. Gerade in den letzten Jahren habe ich das stark gemerkt. Der Anfang war unglaublich schön, es ging immer bergauf, bergauf von der Pommesbude bis zur ersten eigenen Ausstellung und dann in die tollen Galerien. Ich fand das von Anfang an super, trotzdem viele von den Street Artern sagen, dass sie keine Ausstellungen wollen. Mittlerweile hat sich das natürlich auch alles geändert, wir sind ja auch alle älter geworden.

Anders als bei vielen deiner Kollegen gibt es trotz deines Künstlernamens ein Gesicht zu deiner Kunst. Wie kam es dazu, dass du nicht inkognito arbeitest?

AJ: Dadurch, dass ich früh mit Galerien gearbeitet habe und auch einfach stets vor Ort war, hat sich das relativ schnell ergeben. Ich fand dieses Inkognito-Ding auch echt anstrengend. Nachts rumschleichen, hab ich ein paar Jahre gemacht, das war okay, aber das waren alles Paste-Ups, das heißt, es war keine Sachbeschädigung. Schlimmstenfalls wurde das als illegales Plakatieren bewertet, wenn sie mich erwischt hätten. Heute wird das strenger gehandhabt.

Wie wird das heute gehandhabt?

AJ: Heute ist auch das Anbringen von Paste-Ups Sachbeschädigung. Die Strafen sind schon extrem hoch. In Deutschland geht es noch, aber die Künstlerkollegen aus England und Schweden gehen dafür schlimmstenfalls in den Knast.

Hinzu kommt, dass die alle auch ihre Jobs zu verlieren haben, teilweise sind das Lehrer, ein Pastor ist dabei und Ärzte. Also gerade als Lehrer, wenn du den Job verlierst, dann war's das einfach, dann kannst du nur wieder ganz von vorne anfangen, ganz was anderes machen. Und ein Pastor, der nachts durch die Gegend zieht und Paste-Ups irgendwo hinklebt, ich weiß nicht, ob die Gemeinde davon so begeistert ist und das jeder versteht.

Was ist der Unterschied beziehungsweise das Besondere von Kunst in freier Wildbahn im Gegensatz zu deinen Atelierarbeiten und was reizt dich daran?

AJ: Erst einmal wird es viel mehr gesehen. Also jeder läuft dran vorbei. Wenn ich eine Ausstellung mache, ist das ja hauptsächlich Galerievolk oder die, die mich sowieso kennen, und draußen ist es natürlich für jeden was. Man entdeckt dann immer wieder was Neues. Das ist was ganz Tolles. Und, was ich auch gerne mag, sind die Materialien, die draußen arbeiten. Die Bilder verändern sich in der Straße häufig. Zum Beispiel habe ich in der Kleinen Bergstraße ein ganz großes Wandgemälde und das verändert sich über die Jahre. Das Material arbeitet und das ist einfach auch schön. Bei Auftragsarbeiten macht das natürlich noch mehr Spaß, weil man einfach mehr Zeit hat.

Wie fühlt es sich an, wenn du einen Stadtbummel machst und feststellst, dass eine deiner Damen irgendwie stiften gegangen ist?

AJ: Das ist traurig. Ich hatte mal eine Nacht, da bin ich durchgelaufen und hab 20 Paste-Ups irgendwo hingehängt und am nächsten Morgen war keine mehr da.

Ist da einer hinter dir hergelaufen?

AJ: Es ist schade, aber es gehört auch dazu. Ich meine, wenn es jemand mit nach Hause nimmt und dann für sich behält, finde ich es okay, aber verkaufen geht gar nicht. Meistens sind aber die Stadtreinigung oder die Hausbesitzer für das Verschwinden verantwortlich. Paste-ups kann man leicht entfernen, ein bisschen Wasser, ein bisschen Schrubben, dann ist das weg. Beim Graffiti ist das natürlich ein bisschen was anderes, wenn man direkt auf die Wand sprüht, aber das dauerte bei mir zu lange, das funktioniert nicht. Wenn ich dann acht Ebenen für ein Motiv habe, dann stehe ich für ein großes Bild die ganze Nacht dort. Bis dahin ist dann auch die Polizei vorbei gekommen und fragt „Was machen Sie da eigentlich..?"

Kurz vor Schluss natürlich eine Frage mit Blick nach vorne: Wir sprachen bereits über Atelier versus Straße. Hat mittenimwald nach den vielen Erfolgen der letzten Jahre noch Ehrgeiz, weitere künstlerische Städtereisen zu planen und dürfen wir von dir auch noch in 10 Jahren neue Entwicklungen im urbanen Kontext erwarten? Wohin geht da die Reise?

AJ: Das ist eine gute Frage. Also rein technisch, sage ich mal, bin ich jetzt an meinen Grenzen. Das, was ich mit meinem Skalpell und meinem Papier machen kann, feiner geht es meiner Meinung nach nicht. Es wird eher wieder einen Schritt rückwärts geben, also ein bisschen back to the roots. Etwas Gröberes, um wieder mehr Fokus auf die Aussage reinzubekommen, das ist der Weg. Draußen immer wieder gerne, aber wie gesagt, dann am liebsten auf Festivals oder als Auftragsarbeiten und die Zusammenarbeit mit anderen Künstlern an Flächen, die dann legal sind, wo man kreativ komplex arbeiten kann.

Du hast gerade das Filigrane angesprochen, das Handwerkliche, das Skalpell, die Schablone – du bist analog und du willst dir in dieses Analoge auch nicht von einem Digital-Cutter reinreden lassen, korrekt?

AJ: Bei Hintergründen oder Mustern nutze ich das schon gelegentlich. Aber für die Hauptfiguren nicht, weil die ihren eigenen Charakter durch das handwerkliche bekommen. Beim Schneiden verändert sich einfach nochmal so viel. Die Schablone sieht am Ende meistens nicht so aus wie die ursprüngliche Vorlage, weil der kreative Prozess ständig einwirkt. Im Großen und Ganzen wird es bei mir wohl immer analog bleiben. Das

macht den Charakter des einzelnen Werkes aus. So wie bei einem Maler der Pinselstrich. Das ist ja das, um was es bei mir geht. Das Sprühen, das kann jeder mit ein bisschen Übung nach einem halben Jahr, aber bei mir ist es das Schneiden und die Kreation, auf die es ankommt. Aber die Hauptarbeit und die Haupttechnik ist natürlich die Schablone.

Lieber Andreas, vielen Dank für das Gespräch.

Das Gespräch mit Andreas Jakobs führten Rene S. Spiegelberger und Antonia Haufler am 4. Oktober 2018 im Atelier des Künstlers. Lesen Sie das vollständige Interview auf **www.spiegelberger-stiftung.de**

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

Delphi Group

AUSSTELLUNGS**TIPP**

Zum Lachen geht man nun ins Museum

Otto. Die Ausstellung. Ein Stimmungserheller an trüben Wintertagen.

von Antonia Haufler

Seit dem 14. September 2018 zeigt das Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (MKG) das bildnerische Werk von Otto Waalkes. Wir alle kennen ihn als Komiker, Musiker, Schauspieler und Regisseur, er ist legendär und genießt Kultstatus. Weniger bekannt ist Otto, der Maler und Zeichner. Dabei hat er 1970 ein Studium der Kunstpädagogik an der Hochschule für Bildende Künste Hamburg (HFBK) bei Hyper- und Surrealisten wie Hans Tiemann und Konrad Hausner begonnen. Ottos zeichnerisches Repertoire ist groß: Am berühmtesten ist sein Ottifant, den er schon als Schüler erschuf. **Der gescheiterte Versuch eines Selbstportraits soll die Geburtsstunde des ersten Ottifanten gewesen sein, so die Legende.**

Den Komiker Otto findet man auch in seinen Werken wieder: Es entstehen erstaunlich viele Gemälde – Hommagen an Künstler wie Leonardo da Vinci, Edward Hopper, Roy Lichtenstein, David Hockney, Pablo Picasso, Edvard Munch oder Max Liebermann, die Otto zu Pastiches und Parodien inspirieren. Auf seinem Ritt durch die Kunstgeschichte begegnet er seinen Vorbildern mit Respekt und bedient sich virtuos unterschiedlichster malerischer Techniken – je nachdem, welchen bekannten Meister er sich gerade vornimmt. Auch hier kommt der Humor nicht zu kurz!

Ottos große Hamburger Einzelausstellung zeigt über 200 Exponate, darunter originale Gemälde, viele seiner frühen Zeichnungen und Bildgeschichten, Cartoons, Spickzettel für seine Bühnenauftritte, Ausschnitte aus den legendären Otto-Shows von 1974 bis 1982 und Bühnenelemente wie ein Nachbau des Pilsumer Leuchtturms oder einen riesigen Ottifanten aus Plüsch. Ein Erlebnis für Jedermann!

Otto Waalkes (*1948) nach Edward Hopper (1882–1967), Sitting in the Morning Sun, 2018, Acryl auf Leinwand, 60 x 90 cm, Leihgabe der Walentowski Galerien, © Otto Waalkes

Courtesy Bilder: Ausstellungsansichten: Foto: Henning Rogge

Wo?

Die Ausstellung ist noch bis zum 17. Februar 2019 im MKG zu sehen.

ÖFFNUNGSZEITEN
Dienstag bis Sonntag: 10 bis 18 Uhr
Donnerstag: 10 bis 21 Uhr
Donnerstag an oder vor Feiertagen: 10 bis 18 Uhr

LESE**TIPPS**

Gebundene Ausgabe:
576 Seiten
Verlag:
C.H.Beck in 2017
Gebundenes Buch:
EUR 24,95
Taschenbuch:
EUR 14,95
Kindle:
EUR 14,99

ISBN:
978-1-784-70393-6

Homo Deus

von Yuval Noah Harari

In „Homo Deus: Eine Geschichte von Morgen“ fragt Yuval Noah Harari, was es für die Welt bedeutet, wenn der Glaube an alte kollektive Mythen wie Götter, Geld, Gleichheit und Freiheit auf neue, gottähnliche Technologien wie künstliche Intelligenz und Gentechnik stößt.

Harari sieht die Menschheit auf einem guten Weg, früher für unlösbar gehaltene Probleme nicht nur anzugehen, sondern tatsächlich zu lösen. Hunger, Krankheiten und Kriege sind auf dem weltweiten Rückzug und da wir heutige Probleme nicht mehr als von einer überirdischen Macht verursacht ansehen, haben es die Menschen selbst in der Hand, die Folgen ihres zerstörerischen Handelns wieder in den Griff zu bekommen. Insbesondere gehört dazu, das ökologische Gleichgewicht wieder herzustellen. Hierzu werden große Opfer der Staatengemeinschaft erforderlich sein.

Nachdem die Krankheiten besiegt sind, machen sich die Menschen daran, das Altern und den Tod zu besiegen. Wurde bislang die durchschnittliche Lebenserwartung primär dadurch erhöht, die Ursachen frühzeitiger Todesfälle zu beseitigen, werden jetzt neue Wege erforscht, die Lebensdauer auf zunächst 150 und später 500 Jahre zu verlängern.

Hararis Prognose: Mittelfristig strebt der Mensch danach, zu einer Art Göttlichkeit zu gelangen, wodurch der Homo Sapiens sich zum Homo Deus weiterentwickelt. Der Kampf um die ewige Jugend ist eröffnet, die Suche nach dem Schlüssel zum Glück wird von Erfolg gekrönt sein. Da die Menschheit nach Glück strebt, schlägt Harari vor, die Kennzahl des Bruttoinlandsproduktes um die Kennzahl Bruttoglücksprodukt einer Volkswirtschaft zu ergänzen.

Mit guten Argumenten geht Harari auch den Fragen nach, ob Menschen und Tiere eine Seele und ein Bewusstsein haben und ob der Mensch wirklich über einen freien Willen verfügt. Als Resümee entwickelt der Autor drei lesenswerte Szenarien, wie sich die aktuelle Weiterentwicklung des Homo Sapiens zum Homo Deus in der Zukunft auswirken wird.

Wer sich mit den großen Fragen der Menschheit beschäftigen möchte, wer seinen Horizont für Szenarien des zukünftigen Zusammenlebens der Menschheit öffnen möchte, wird in „Homo Deus“ eine ausgesprochen spannende Lektüre finden.

von Björn Castan

Gebundene Ausgabe:
240 Seiten
Verlag:
mvg Verlag (9.5.16)
Taschenbuch:
16,99€
Kindle:
12,99 €

ISBN-13: 978-3868826647

Digitale Depression:

Wie neue Medien unser Glücksempfinden verändern

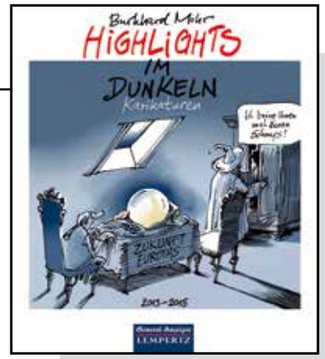
In „Digitale Depression: Wie neue Medien unser Glücksempfinden verändern“ gehen Sarah Diefenbach und Daniel Ullrich der Frage auf den Grund, wie die modernen Medien (inklusiver mancher modernen Technik) unser Glücksempfinden beeinflussen. Sie liefern neue Denkansätze und andere Perspektiven zu den aktuellen technischen Möglichkeiten. Digitale Technik kann etwas Großartiges sein, sie kann uns aber manchmal auch depressiv stimmen oder in die Unmündigkeit führen (Was machen wir eigentlich, wenn das Navi mal nicht geht?). "Digitale Depression" liest sich flüssig und argumentiert nachvollziehbar.

Nicht selten findet man sich im beschriebenen Verhalten wieder. Das Buch erwähnt viele Studien, die aufschlussreiche Versuche zum Thema gemacht haben und „unser“ Verhalten erklären.

Viele Menschen sind auf der Suche nach dem Glück. Wer es zudem schätzt, gesellschaftliche Trends zu hinterfragen und sein eigenes Verhalten zu reflektieren, der wird in „Digitale Depression“ eine interessante, kurzweilige Lektüre finden.

von Nathalie Rieck

Die andere Dimension



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

Anzeige

TONI MOMTSCHEW
FOTOGRAFIE

EVENT · PORTRAIT · STILL LIFE · ARCHITEKTUR · FOOD

LOTTESTRASSE 27 · 22529 HAMBURG · INFO@MOMTSCHEW.DE · MOBIL 0163 83 94 294

Jahresvorschau

jetzt vormerken:

Damit Sie keines unserer Highlights verpassen,
hier ein erster Ausblick von Januar - Mai 2019.

Die Einladungen erhalten Sie wie gewohnt rechtzeitig von der Geschäftsstelle.

14. Januar 2019	Neujahrsempfang mit Speaker Wirtschaftssenator Westhagemann
16. Januar 2019 Berlin	PraxisForum mit AGA: Verkehrsinfrastruktur in Hamburg
9. Februar 2018	Ball der Familienunternehmer
22. Februar 2019 Düsseldorf	Unternehmertag von DIE JUNGEN UNTERNEHMER
9./10. Mai 2019 Berlin	Jubiläumstagung und -fest: 70 Jahre DIE FAMILIENUNTERNEHMER in Berlin

IMPRESSUM

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:
DIE JUNGEN UNTERNEHMER
RK Metropolregion Hamburg
www.junge-unternehmer.eu
Regionalvorsitzende – Vanessa Niemann
MDS Messebau und Service GmbH
Brauerstr. 11, 21244 Buchholz

DIE FAMILIENUNTERNEHMER e. V.
RK Metropolregion Hamburg
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
Postadresse: Charlottenstraße 24,
10117 Berlin

Redaktion:
redaktion@hhun.de
Malte Wettern, David Friedemann,
Dr. Björn Castan, Gabriela Friedrich,
Nathalie Rieck
Redaktionsanschrift : c/o Laborato,
Colonnaden 46, 20354 Hamburg

Konzeption und Design:
·Laborato
Colonnaden 46, 20354 Hamburg
www.laborato.de

Erscheinungsweise: 4x jährlich

Mediabuchung:
Ulf-Axel Herold, Tel. 040 - 28 80 44 45
anzeigen@hhun.de
Auflage: 3.000 Exemplare,
unentgeltliches Mitgliedermagazin

Druck & Versand:
RieckDruck GmbH, Lise-Meitner-Allee 5,
25436 Tornesch, www.rieckdruck.de

Nächster Redaktionsschluss:
22. Februar 2019

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.

JOJA WENDT

Joja Wendt
lebt mit seiner Familie in Hamburg. Im Alter von vier Jahren beginnt er mit dem, was er „Lautmalerei“ am Klavier nennt. Es folgt ein Klavierstudium am Konservatorium in Hilversum und in der Manhattan School of Music in New York. Während einer Jam Session in einem Hamburger Musik-Club wird er von Joe Cocker entdeckt. Joe engagiert ihn daraufhin als support act für seine Tour, womit die internationale Karriere von Joja beginnt und seit nun mehr als 30 Jahren andauert. Es folgen öffentliche Auftritte mit Jerry Lee Lewis und Chuck Berry. Joja tritt auf internationalen Jazz-Festivals mit Monty Alexander und Lou Rawls auf, komponiert Filmmusiken und veröffentlicht mehr als 30 CDs, u.a. „Pacifique“ mit der Jazz- und Soul-Legende Les McCann, aufgenommen in Los Angeles.

1. Ihr Name steht als Synonym für das Klavier. Was bedeutet Ihnen dieses Instrument und warum?

Joja Wendt: Das Klavier war für mich seit meiner Kindheit immer das attraktivste Instrument. Es hat quasi nach mir gerufen, weil es Möglichkeiten wie ein ganzes Orchester bietet. Schon im Babybauch habe ich dem Klavier gelauscht, wenn meine Mutter gespielt hat. Die Faszination dieses Sounds hat mich seit frühester Jugend, als ich im Alter von vier Jahren meiner Schwester zugehört habe, bis zum heutigen Tage begleitet.

2. Mit dem Steinway Spirio kann man sich einen Flügel mit hochauflösendem Selbstspielsystem nach Hause holen und so Weltstars für sich spielen lassen. Wie sehen Sie diese Vermischung von analoger und digitaler Welt?

Joja: Ich finde, es ist ein unglaubliches Meisterwerk aus Präzision, Technologie und Handwerkskunst. Es ermöglicht ein noch nie dagewesenes Musikerlebnis. Besser als eine Hi-fi-Anlage, weil die Tonerzeugung im Raum entsteht. Für mich ist das die Zukunft des Hi-End Musikerlebnisses. Außerdem ist es ein wichtiger Schritt in die Zukunft für das Traditionshaus Steinway & Sons, dem ich sehr verbunden bin.

3. Was bedeutet für Sie musikalische Früherziehung, wie wichtig finden Sie das Erlernen eines Instruments?

Joja: Zu allererst muss der Spaß beim Erlernen eines Instruments stehen. Es macht keinen Sinn, Kinder in eine Richtung zu drängen, in der sie sich nicht wohlfühlen. Sollte aber ein Funken der Begeisterung bestehen, ist es sehr sinnvoll, das entsprechend zu fördern und zu unterstützen, um das Feuer zu entfachen. Das Klavier ist ein sehr intuitives Instrument. Man drückt die Tasten und dann klingt es schon. Man spürt direkt einen Effekt, weil die Tonerzeugung einfacher ist als etwa bei der Geige oder der Trompete. Perfekt für Einsteiger. Außerdem ist wissenschaftlich erwiesen, dass musizieren glücklicher und gesünder macht. Und schlauer: Untersuchungen beweisen, dass sich schon nach 20 Minuten Klavierspielen positive neuronale Ergebnisse im Gehirn nachweisbar sind. Also los!

4. Als Hamburger Jung und als Pianist, der die Welt bereist – welche Bedeutung hat für Sie die Elphi?

Joja: Hamburg ist Deutschlands Musikhauptstadt. Künstlerische Kreativität kann in unzähligen schillernden musikalischen Biotopen gedeihen, begünstigt durch eine Vielzahl an Angeboten von den Clubs und Theatern über Musicals bis zur Elbphilharmonie. Dieses Haus hat international eine wahnsinnige Strahlkraft. Die Elbphilharmonie hilft zum einen, Touristen und internationale Konzertgänger in unsere Stadt zu holen, zum anderen aber auch die Hamburger wieder mehr in Konzerte zu locken. Es ist ein wunderbares Haus, in dem ich selber schon gespielt habe und von der tollen Akustik profitieren durfte.

5. Streaming-Dienste wie Spotify und Apple Music haben für viele Künstler massive Auswirkungen. Wie ist das bei Ihnen? Hört man Ihre Musik über Streaming oder bevorzugt Ihre Fanbase das „analoge“ Konzerterlebnis?

Joja: Meist ist es so, dass die Konzertbesucher nach einem Konzert begeistert sind und direkt CDs und Notenbücher vor Ort kaufen. Mein Publikum kauft in der Tat noch gerne CDs! Und wenn nicht direkt nach dem Konzert, dann in meinem Online-Shop. Den betreibe ich wirklich noch ganz direkt – da kann man auch schon einmal einen persönlichen Gruß oder ein Autogramm von mir auf der Bestellung finden. Aber auch wir verschließen uns nicht vor der Zukunft und denken darüber nach, die Streamingdienste zu bedienen.

6. Was macht für Sie den Reiz des direkten Zuschauerkontaktes auf Ihren Konzerten aus?

Ich mag es, in den direkten Dialog mit dem Publikum zu treten. Das heißt, ich sende nicht nur, sondern empfange auch gerne. So werden die Zuschauer begeistert mitzumachen, wach zu bleiben und bekommen eine ganz andere Nähe zu dem Künstler auf der Bühne und ich auch zu ihnen. Bei mir sollen die Menschen mitsingen, ich habe große Leinwände mit dabei. Die Refrains kennt ja jeder, die werden dann aber trotzdem eingeblendet und das macht einfach Spaß. Interaktiv ist das Stichwort.

Anzeige

FÜR ALLE, DIE GERNE IM DRECK WÜHLEN.

MB G-Klasse
149,– / Tag
100 km frei

Jetzt die neue G-Klasse bei STARCAR günstig mieten:
0180/55 44 555*
(*0,14 €/Min. aus dem Festnetz; max. 0,42 €/Min aus den Mobilfunknetzen)

STARCAR
Autovermietung

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