

HAMBURGER UNTERNEHMER

WIRTSCHAFTSMAGAZIN der Metropolregion Hamburg · Nr. 02/2019

INTERVIEW MIT

Floris Helmers

Gründer und Geschäftsführender
Gesellschafter von Air Hamburg

A man with short brown hair, smiling, wearing a white button-down shirt and dark trousers. He is standing outdoors on an airfield, leaning his right hand on the wing of a white private jet. The jet has blue and black stripes and a 'CAUTION OPEN DOOR' sign. The background is a clear blue sky.

PREMIUM

IM PORTRÄT

Kunterbunte Traumwagen
Davids Finest Sports Cars

JUBILÄUM

70 Jahre DIE FAMILIENUNTERNEHMER
mit viel Politprominenz

STATEMENTS

EU-Wahl
Vorstandsreflexionen



HAMBURGER VERSORGUNGSWERK

die-beste-Betriebsrente.de

Betriebliche Altersvorsorge ist mehr als nur Versicherungen!



2019

15% verpflichtender
Arbeitgeberzuschuss
nach BRSg (§1a,
Satz 1a BetrAVG)

2002

Rechtsanspruch
der Arbeitnehmer
auf bAV (§1a
BetrAVG)

1974

Einführung Betriebs-
rentengesetz (BetrAVG)

1889

Einführung Gesetzliche
Rentenversicherung

1832

Erste betr. Versorgung
Gutehoffnungshütte
(heute MAN-Konzern)

Betriebliche Altersvorsorge braucht
Expertenwissen, unabhängige Beratung und
natürlich Versicherer* mit bAV-Kompetenz.



*Auswahl

Anzeige

{ EDITORIAL }

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

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

Europa hat gewählt. Das Ergebnis: ein klar proeuropäisches Votum der Europäischen Völkergemeinschaft. Gleichzeitig zeigt das Wahlergebnis insbesondere in Deutschland, dass der Schutz der Umwelt und stärkere Anstrengungen gegen den Klimawandel ganz oben auf die politische Agenda gehören. Umweltschutz und wirtschaftliche Prosperität sind kein Widerspruch. Ganz im Gegenteil ergeben sich daraus vielfältige neue Geschäftsmodelle, die mit nachhaltiger Produktion Wettbewerbsvorteile generieren. Die Hamburger Industrie leistet bereits wichtige Beiträge zur Reduzierung von CO₂, zur Reduzierung von Schadstoffen, Effizienzsteigerungen beim Rohstoffeinsatz, höherer Energieeffizienz sowie der Vermeidung von Müll. Wir Familienunternehmer können auch unseren Teil dazu tun, weiteres Potential für nachhaltiges Wirtschaften zu heben.

In Berlin feierte unser Verband sein 70-jähriges Gründungsjubiläum mit einem klaren Bekenntnis zur sozialen Marktwirtschaft und freiem Handel. Gleichzeitig positioniert sich unser Verband deutlich gegen staatliche Eingriffe in die Preis- oder Mietenbildung. Andrea Nahles mochte uns keine Hoffnungen auf eine Abschaffung des Solidaritätszuschlags für alle machen. Kurze Zeit später war Frau Nahles selbst bereits Geschichte.

Unsere zweite Ausgabe des Hamburger Unternehmers ist dem Schwerpunktthema „Premium“ gewidmet. Wir haben nach Beispielen gesucht, in denen Hamburger Unternehmen mit Premiumstrategien erfolgreich arbeiten und haben eine Vielzahl hoch spannender Geschäftsmodelle gefunden, die wir Ihnen in dieser Ausgabe vorstellen.

In unserer Titelgeschichte gibt uns Floris Helmers, Gründer von Air Hamburg, einen Einblick in die exklusive Welt des Privatfliegens. Kino-Unternehmer Hans-Joachim Flebbe öffnete für uns sein neues Premium Kino in Hamburg, die ASTOR Film Lounge, und beschreibt den Wandel der Bedürfnisse des Kinopublikums.

Thomas Winter, einer der besten Polospieler Deutschlands, nimmt uns in seinem Trainingsscenter Win PoloSchule mit in die exklusive und gleichzeitig familiäre Welt des Polosports.

Die Liebhaber von Premium-Autos kommen bei Benjamin David, Gründer des Premium-Autohandels David Finest Sport Cars, buchstäblich auf ihre Kosten. Die junge Firma hat eine exklusive Begegnungsstätte für Autoliebhaber geschaffen.

Unsere Redakteurin Gabriela Friedrich beschreibt den potenziellen Premiumnutzen einer Personenmarke von Familienunternehmern.

Jörg Ökonomou, Geschäftsführender Gesellschafter der Stat Control, erzählt, wie man als kleiner Player Premiumkunden gewinnt.

Dirk Schneider, Gründer der Hamburger Firma Azafran, steht seit 2011 für Premium-Gewürze, Tee und Superfoods.

Der scheidende Generalkonsul der USA, Richard Yoneoka, war zu Gast bei unserem traditionellen Spargelessen. Unser Redakteur René S. Spiegelberger beschreibt den konstruktiven, wenn auch nicht Dissens-freien Austausch mit unseren amerikanischen Freunden.

In der zweiten Jahreshälfte erwarten Sie weitere spannende Veranstaltungen unseres Verbandes in der Metropolregion Hamburg. Am 24.8. feiern wir unser Sommerfest – erstmals als Event für die ganze Familie mit Hüpfburg und Eiswaagen – und für den 10.9. freuen wir uns auf eine Betriebsbesichtigung im Hause Montblanc.

Wir freuen uns darauf, Sie persönlich zu treffen.

Volker Ernst

Volker Ernst

V. Niemann

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

{ zwei von vier 2019 }

Anzeige

6

NACHGEDACHT
Über Premium

8

MITGLIEDER &
VERANSTALTUNGEN
Kontrovers und lohnend

10

WISSEN
Als Unternehmermarke
First Class

14

Versicherungspflicht
für Geschäftsführer

16

INTERVIEW
Premiumkunden zählen
auf und mit Stat Control

20

MITGLIEDER &
VERANSTALTUNGEN
Generationenwechsel
mit Erfolg

22

WIRTSCHAFT
& POLITIK
Die EU-Wahl



26

INTERVIEW
„Polo ist wie Golfen bei
einem mittleren Erdbeben.“



30

TITELSTORY
Premium Flüge
mit Air Hamburg

36

MITGLIEDER &
VERANSTALTUNGEN
Abschied mit Wehmut



40

INTERVIEW
Hamburgs erstes
Luxus-Kino

44

STEUERN UND FINANZEN
Qualitätsanspruch
Volksbanking



46

INTERVIEW
Luxus auf vier Rädern

INTERVIEW MIT

Floris Helmers

Gründer und Geschäftsführender
Gesellschafter von Air Hamburg

50

MITGLIEDER &
VERANSTALTUNGEN
Gänsehaut bei den
Familienunternehmer-Tagen

54

NORDSTORY
Holsteiner Familienunternehmer
stellen sich vor

56

WISSEN
Urteile, die Sie kennen sollten

62

KUNST & KULTUR
"Jedes Kunstwerk sagt,
'verwechsle mich nicht',
ist also einzig."

66

Eine Reise wert: Das
blaugrüne Dasein des Hamburger
Künstlers Dirk Meinzer

67

BUCHTIPP

68

Karikatur von Burkhard Mohr



70

NACHGEFRAGT
Cornelia Poletto

Innovativ. Familiär. Hanseatisch.

Ihr Partner für den
Hallenbau.

Spezialist seit 1972



montagebau-hansa.de

HANSA.

ÜBER PREMIUM

Wie lebt es sich am Existenzmaximum?



Wir haben in Deutschland das alles andere als selbstverständliche Glück, in einer Solidargemeinschaft zu leben, die jedem das Überleben in weitgehender Sicherheit garantiert. Ein gesichertes Überleben am relativen Existenzminimum ist zwar sicherlich nicht das, was Menschen anstreben, aber es definiert das maximale wirtschaftliche Risiko, dem wir in Deutschland ausgesetzt sind. Nun sind manche Unternehmer/innen mit deutlich mehr irdischen Werten gesegnet, als zum Überleben erforderlich sind. Dadurch öffnen sich Möglichkeiten für das Besondere. Zum Premium. Dem Besten seiner Kategorie.

„Das Leben ist zu kurz für schlechten Wein“, zitiere ich gerne und rechtfertige damit auch höhere Investitionen in gute Tropfen. Trotz bekanntlich schneller Vergänglichkeit des besseren Geschmackserlebnisses. Warum kaufen wir Premium? Qualität und damit längere Haltbarkeit sind sicher rationale Argumente. Darüber hinaus ist es aber auch der Wunsch nach besonderen Erlebnissen. Sich etwas Außergewöhnliches zu gönnen. Anderen eine Freude zu bereiten über ein hochwertiges Erlebnis, das besondere Wertschätzung ausdrückt.

Sich Premium zu leisten in einem Leben am Existenzmaximum. Nebenwirkungen dieses Lebensstils sind zwangsläufig. Neid und Missgunst lauern. Sorgen vor Einbrüchen, Überfällen oder Entführungen drohen. Sicherheitsmaßnahmen zu ergreifen, die zwar die objektive Sicherheit erhöhen mögen, aber dennoch das subjektive Sicherheitsempfinden nicht nachhaltig zu steigern vermögen. Unsicherheiten darüber, ob das Erreichte zu halten ist.

Wie echt sind Freunde? Wem kann vertraut werden? Wer sagt einem die ungeschminkte Wahrheit? Welche Auswirkungen hätte ein plötzlicher Reputations- oder massiver Vermögensverlust?

Sorgen um einen gelungenen Übergang auf die nächste Generation. Suche nach Sinn. Wie lange halten Körper und Seele das Leben am Existenzmaximum durch? Wir zahlen für alles einen Preis.

Innere Freiheit erreichen wir, wenn wir die tiefe Bedeutungslosigkeit materiellen Überflusses erkennen. Premium zu genießen, so lange es geht und dabei besondere Momente auszukosten, steht dazu nicht im Widerspruch. Jedenfalls nicht, solange das eigene persönliche Wohlbefinden nicht zwanghaft daran gekoppelt ist.

Am Existenzmaximum ist Zeit ebenso das höchste Gut wie am Existenzminimum. Entgegen anders lautender Meinungen kann man Zeit aber sehr wohl kaufen. Mit Geld lassen sich Tätigkeiten, die wir nicht gerne selbst erledigen, delegieren, so dass wir mehr Zeit für die Tätigkeiten nutzen können, denen wir uns lieber widmen.

Warum können Premiumstrategien für unsere Unternehmen sinnvoll sein? Billige Angebote finden ihre Käufer. In der Mitte ist der Wettbewerb am härtesten. Premiumstrategien zu verfolgen, indem im eigenen Markt das Bestmögliche geboten wird, erlaubt die Durchsetzung höherer Preise und Deckungsbeiträge. Eine emotionale Markenaufladung macht eine klare Differenzierung im Wettbewerb möglich. Der Gründer von Rolex war kein Uhrmacher. Steve Jobs war weder Hardware- noch Softwareexperte. Durch gutes Marketing und hohe Produktinvestitionen werden Premiumstrategien erfolgreich.

Gibt es eigentlich ein materielles „genug“? Kennen Sie noch den Film Wall Street? In einer Szene fragt Buddy (Charly Sheen) Gordon Gekko (großartig gespielt von Michael Douglas), „hinter wie vielen Yachten kannst Du noch Wasserski laufen? Wann ist es endlich genug?“ Und Gekko antwortet ganz trocken: „Es ist nie genug.“ Für die meisten Menschen dürfte dieser Satz nicht gelten. Nach als gesichert geltenden Erkenntnissen der Glücksforschung gibt es sehr wohl ein „genug“ an materiellen Gütern, deren weitere Steigerung nicht mehr zu einer Steigerung des persönlichen Glücksempfindens führt. Der Glückszuwachs durch ein weiteres Paar Schuhe, wenn die Schränke schon voll genug sind, ist z.B. nur von sehr kurzer Dauer.

Ein Premiumleben am Existenzmaximum. Schön? Aufregend? Genussvoll? Ja, unbedingt. Aber gewiss nicht sorgenfrei. Es hat seinen Preis. Nicht nur in Euros.

Herzlichst,
Ihr Björn Castan

Wie denken Sie über „Premium“?

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



von Dr. Björn Castan

Buddy:
"Wann ist es endlich genug?"
Gekko:
"Es ist nie genug."



RÜCKBLICK

Kontrovers und lohnend

DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER in Schleswig-Holstein treffen SPD-Landesgruppe



Die schleswig-holsteinischen Familienunternehmer haben sich am 6. März 2019 mit der SPD-Landesgruppe ihres Bundeslandes ausgetauscht. Im Großhandelsunternehmen Henry Kruse in Neumünster diskutierten Mitglieder von DIE FAMILIENUNTERNEHMER sowie DIE JUNGEN UNTERNEHMER mit den Bundestagsabgeordneten über Herausforderungen in den Bereichen Finanzen, Bildung und Wirtschaftspolitik. Als Mitglied der Landesgruppe nahm auch die parlamentarische Staatssekretärin von Bundesfinanzminister Olaf Scholz, Frau Bettina Hagedorn, teil.

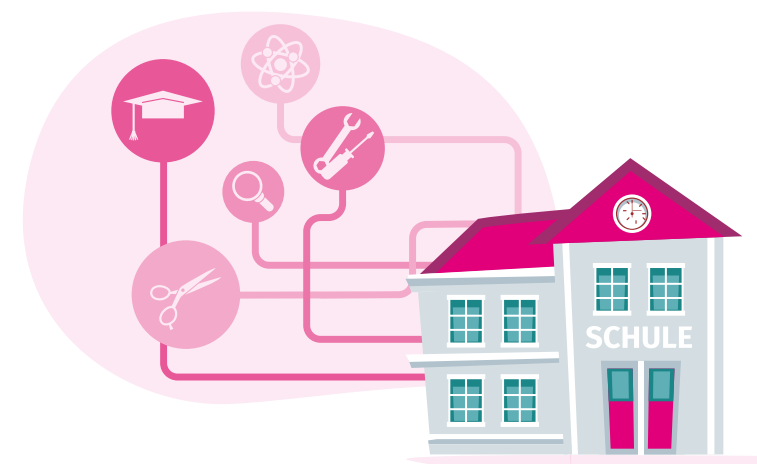
Die anwesenden Unternehmer brachten zunächst ihr Missfallen über die komplexen und teils nicht praktikablen Regelungen zur Erbschaftssteuer zum Ausdruck. Damit verbunden war ihre Forderung an die Politik, Unternehmensnachfolgern Steine aus dem Weg zu räumen. Schließlich sei der volkswirtschaftliche Nutzen hoch, wenn Betriebe und deren Arbeitsplätze erhalten blieben.



Während Unternehmer und Politiker in steuerpolitischen Fragen überwiegend anderer Meinung waren, herrschte beim Thema Bildung Einigkeit: Schulen müssten noch besser auf die sich ändernde Berufswelt vorbereiten. Die schulische Berufsorientierung sei daher unbedingt zu stärken. Hier könnten Kooperationen zwischen Schulen und Betrieben einen positiven Beitrag leisten.

Uneins war man sich beim Thema Altersvorsorge, insbesondere bei der sogenannten „Rente mit 63“: Damit habe man für den gesellschaftlichen Frieden gesorgt, der sonst durch die beschlossene Erhöhung des Renteneintrittsalters bis 2029 auf 67 Jahre in Gefahr geraten wäre, so die SPD-Abgeordneten. Die Unternehmer hingegen kritisierten, die „Rente mit 63“ habe wie ein Brandbeschleuniger des demografischen Wandels gewirkt: Sie koste die junge Generation Milliarden, entziehe dem Rentensystem Beitragszahler und verschärfe den Fachkräftemangel.

Trotz einer teils kontrovers geführten Diskussion stand für Unternehmer und Abgeordnete nach gut zwei Stunden fest: Der politische Austausch zwischen beiden Seiten war ein spannender Auftakt und eine Fortsetzung sei für beide Seiten lohnend.



WORKSHOP WELCHE FIRKENSTRUK- TUR PASST ZU UNS?

Dienstag, 20.08.2019, 15:30 Uhr,
Norddeutscher Regatta Verein

WORKSHOP STREITVERMEIDUNG IN FAMILIENUNTER- NEHMEN

Dienstag, 17.09.2019, 15:30 Uhr,
Kontora Family Office

WORKSHOP NACHFOLGE AKTIV PLANEN UND GESTALTEN

Dienstag, 29.10.2019, 15:30 Uhr,
Norddeutscher Regatta Verein

Anzeige

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.

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

www.nachfolge-akademie.de

SELBSTMARKETING

Als Unternehmermarke First Class

Personal Branding für Familienunternehmer

von Gabriela Friedrich

Diskret hanseatisch – so agieren viele Hamburger Unternehmenslenker. Und vergeben damit wertvolle Chancen. Mentaltrainerin und Marketingberaterin Gabriela Friedrich zeigt auf, warum sich strategisches Personal Branding auszahlt und wie sich Risiken minimieren lassen.

Für Modeschöpfer ist es selbstverständlich, für Selbständige oft überlebensnotwendig und auch immer mehr Konzern-Vorstände tun es: Sie treten mit ihrem Gesicht und einem sorgfältig kreierten Image als Personenmarke in Erscheinung. So hat beispielsweise ein schnauzbärtiger Dieter Zetsche mit seiner Medienpräsenz das Markenbild von Daimler in der Öffentlichkeit maßgeblich geprägt und dem Autobauer viele Sympathiepunkte beschert.

Auch einige Familienunternehmer nutzen diese Möglichkeit, sich als Persönlichkeit für ihre Firma zu instrumentalisieren, sehr geschickt. Dabei zeigt sich ein breites Spektrum strategischer Ansätze – je nach Marketingziel und Naturell des jeweiligen Unternehmers.

„Dafür stehe ich mit meinem Namen.“ Claus Hipp

Claus Hipp wurde Anfang der 90er Jahre von seiner Agentur FCB Frankfurt überzeugt, in den Hipp-Werbespots aufzutreten. Mit seiner bodenständigen Art und dem Satz „Dafür stehe ich mit meinem Namen“ wurde er das optimale „Zugpferd“ für sein Unternehmen. Diesem freundlichen, warmherzig wirkenden Mann nahm man sein Engagement für ökologisches Landwirtschafte, Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung ab. Hier stand ein Mensch glaubwürdig für seine Werte ein, weshalb besorgte Eltern ihm seitdem vertrauen und seine Babyprodukte kaufen. Sogar den Generationswechsel hat man bei Hipp geschickt gelöst. Sohn Stefan wurde bereits 2011 erstmals in einem Spot als Gesicht der Familie eingeführt und danach kontinuierlich weiterentwickelt, bis er 2016 zum ersten Mal einen ganzen Spot sprach und ihn beendete mit den Worten "Dafür steht der Name Hipp." In Interviews gibt Stefan Hipp Privates preis, doch ist jede Info sorgfältig auf das Unternehmensimage abgestimmt, wenn er verrät, selbst Bio-Landwirt zu sein und Pferde zu lieben.

Familienunternehmer -
authentische Hauptdarsteller
in Werbespots



So weit, so erfolgreich. Doch was passiert bei einem Skandal? In 2012 erhielt die Firma Hipp für übersüßte Kindertees den „Goldenen Windbeutel“ für die Werbelüge, um die Gesundheit von Kindern besorgt zu sein. In solch einem Fall nimmt nicht nur die Unternehmensmarke, sondern auch die Personenmarke und ihre Glaubwürdigkeit Schaden. Ganz davon abgesehen, dass diese Situation für einen Unternehmer, der sich öffentlich sichtbar gemacht hat, emotional weitaus belastender ist als für einen weitgehend unbekannten Inhaber.

Integrität + Strategie + Courage = Erfolg

Ein Familienunternehmer, der für seine Werte und für sein Unternehmen als Personal Brand wirbt, geht also ein weitaus höheres Risiko ein, früher oder später im Kreuzfeuer der Kritik zu stehen oder sich mit unerfreulichen privaten News in den Gazetten wiederzufinden. Schließlich hat man aufgrund seiner Bekanntheit auch an seinen Verfehlungen größtes Interesse. Doch ist dies ein Grund, lieber anonym zu bleiben? Sicherlich nicht.

Eher kann es Motivation sein, im Geschäftlichen sauber auf dem Weg der Integrität zu bleiben und bei der Marketingkommunikation auch den Zeitgeist mit seinen steigenden Anforderungen an politische Korrektheit im Blick zu behalten.

In letzter Instanz aber lässt sich öffentliche Kritik nicht hundertprozentig verhindern. Wie der Familienunternehmer darauf reagiert, ist hoffentlich auch bewusst auf seine Personenmarke und das Unternehmensziel abgestimmt. Denn dass man sich mit Authentizität im Umgang mit Attacken nicht unbedingt einen Gefallen tut, sehen wir an Donald Trump... Ein kluger Unternehmer wird also sorgfältig überlegen, ob es ihm im speziellen Fall eher nutzt, zu einem Fehler zu stehen und sich zu entschuldigen, ob entschiedenes Gegenhalten oder ein Teflon-Effekt, bei dem er alles an sich abperlen lässt, angebrachter ist. Geht er so vor, mit einer Mischung aus Strategie, Mut und klaren Werten bzw. Worten, kann er sogar von Turbulenzen profitieren. Wie er Schwierigkeiten managt, schärft seine Personenmarke und fügt ihr weitere attraktive Aspekte hinzu.

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



Der Aufbau einer Personal Brand ist nicht nur für den Verkauf von Produkten ein cleverer Schachzug.

Mach mir den Affen

Eines aber ist klar: Wer sich mit einer Personal Brand nach draußen wagt, darf Gegenwind nicht fürchten. Insbesondere dann nicht, wenn sich der Unternehmer über seine wirtschaftspolitischen Ansichten profiliert, wie dies beispielsweise ein Wolfgang Grupp tut. Grupp sucht die große Bühne, auf der er selbstbewusst und gerne auch gegen den Mainstream seine unternehmerischen Werte und Überzeugungen vertritt. Gleichzeitig gewährt er Einblicke in sein Luxusleben, die leicht eine Neiddebatte auslösen könnten, stände Grupp nicht so selbstverständlich dazu. Ihm gelingt das Kunststück, eine facettenreiche Persönlichkeitsmarke zu kreieren, bei der bodenständiges Verantwortungsbewusstsein für die Kinder der Mitarbeiter und ein Privathubschrauber für den Chef stimmig zusammenfinden.

Auch er stellt bereits seine Kinder als spätere Nachfolger in den Medien vor. Vielleicht um zu gewährleisten, dass Trigema nicht wieder in der Gesichtslosigkeit verschwindet. Der Aufbau einer Personal Brand ist schließlich nicht nur für den Verkauf der Produkte ein cleverer Schachzug.

Menschen kaufen nicht nur lieber von anderen Menschen statt von gesichtslosen Institutionen, sie kooperieren auch lieber mit Menschen und arbeiten lieber für Menschen.

Mit Personal Brand gegen Fachkräftemangel

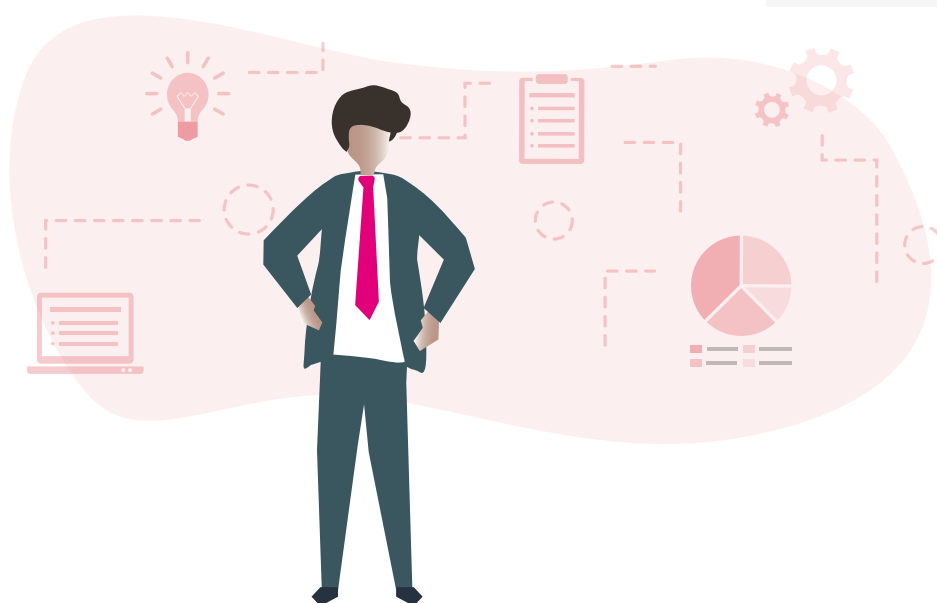
Allgemein gilt der Aufbau einer Employer Brand als sinnvolle Strategie, um die Attraktivität für qualifizierte Bewerber zu erhöhen. Dabei wird die Macht der Personal Brand gerne übersehen – ein Riesenversäumnis in Zeiten des Fachkräftemangels. Sobald ein Unternehmer anfängt, mit seiner individuellen Persönlichkeit, seinen Eigenheiten und Werten das Unternehmen in der Öffentlichkeit zu repräsentieren, wird die Menge der Initiativbewerbungen steigen und passen die Bewerber besser zur Unternehmenskultur. Denn er spricht automatisch solche Menschen an, die sich in Resonanz zu seinen Werten befinden und die Lust haben, seine Ziele gemeinsam mit ihm zu verfolgen.

Für diesen Effekt braucht es nicht zwingend Präsenz in Publikumsmedien; gerade qualifizierte Sichtbarkeit des Unternehmers in Branchenmedien oder auf Branchenevents erreicht interessante Kandidaten.

Fazit:

Bei aller hanseatischen Diskretion und Bescheidenheit – für viele Familienunternehmer wäre der strategische Aufbau einer Personal Brand ausgesprochen nützlich.

Anzeige



BRICKS BAR



RENAISSANCE HAMBURG HOTEL
GROßE BLEICHEN, 20354 HAMBURG
T. 040 34918 936
www.hamburgbricksbar.de

bricks.hamburg
#bricksbar



FROM SUNRISE TO SUNSET - COZY DURING THE DAY - VIBRANT AT NIGHT

Versicherungspflicht für Geschäftsführer

„Premium“-Zusatzrente vs. „Premium“-Risiken

„Kopf-und-Seele-Rechtsprechung“ und „Schönwetter-Selbständigkeit“ – Was es damit auf sich hat(te) und wann Sozialversicherungsbeiträge für Geschäftsführer abzuführen sind.

Geschäftsführer einer GmbH sind kraft Amtes Vertreter der Gesellschaft und verkörpern den Arbeitgeber. Es ist nachvollziehbar, dass Geschäftsführer sich daher selten als Arbeitnehmer fühlen. Die Rechtslage ist aber in vielen Bereichen eine andere. So zählen sie z.B. im sozialversicherungsrechtlichen Sinne inzwischen grundsätzlich als abhängig Beschäftigte. Für sie sind daher u.a. Rentenbeiträge abzuführen – interessanterweise gilt dies ausdrücklich nicht für Vorstände einer AG (§ 1 SGB VI). Während der Geschäftsführer ggf. eine unerwartete Zusatzrente erhält, ist die ungeklärte Versicherungspflicht mit erheblichen Risiken für die GmbH verbunden. Es droht die Nachzahlung der Beiträge für (mindestens) vier Jahre, Säumniszuschläge, Zinsen sowie das Risiko des Sozialversicherungsbetrugs (§ 266a StGB). Ein Regress beim Geschäftsführer ist kaum möglich (§ 28 SGB IV). Wird der Geschäftsführer auf Grundlage eines vermeintlich freien Dienstvertrages tätig, wie es bei Interims-Geschäftsführern oft der Fall ist, drohen weitere finanzielle und strafrechtliche Risiken (§ 370 AO).

Rechtsprechungsänderung mit Folgen

Geschäftsführer mit einer Kapitalbeteiligung von mind. 50 Prozent oder gesellschaftsrechtlicher Sperrminorität waren seit jeher von der Sozialversicherungspflicht befreit. Für Geschäftsführer mit Minderheits- oder ohne Kapitalbeteiligung (Fremdgeschäftsführer) bestand keine Beitragspflicht, wenn er aufgrund seiner speziellen Kenntnisse „Kopf und Seele“ der Gesellschaft war, d.h. faktisch die Geschäfte nach eigenem Gutdünken geführt hat. Ob der Geschäftsführer ihm unangenehme Weisungen verhindern konnte, war irrelevant. Insbesondere bei Familiengesellschaften üben die Hauptgesellschafter ihr ge-

sellschaftsrechtliches Weisungsrecht oft nicht aus. Der familiäre Frieden kann jedoch – wie das Wetter – jederzeit umschlagen. Mit dieser Argumentation hat das Bundessozialgericht ab 2012 die Rechtsprechung zur „Schönwetter-Selbständigkeit“ aufgegeben und die Anforderungen an die Selbständigkeit des Geschäftsführers kontinuierlich verschärft. Genügte zunächst noch eine einzelvertragliche Absicherung der Selbständigkeit, ließ das BSG später selbst vertragliche Veto-Rechte oder Stimmbindungsverträge zugunsten des Geschäftsführers nicht mehr genügen. Vormalig selbständige Geschäftsführer sind plötzlich rentenversicherungspflichtig geworden.

Achtung,
verschärfte
Anforderungen an
die Selbständig-
keit eines
Geschäftsführers!

Inzwischen gibt es noch drei Fallgruppen:

- 1** Fremdgeschäftsführer sind ausnahmslos abhängig beschäftigt.
- 2** Gesellschafter-Geschäftsführer sind nur dann nicht versicherungspflichtig, wenn sie mind. 50 Prozent des Stammkapitals halten.
- 3** Gesellschafter-Geschäftsführer mit Minderheitsbeteiligung sind nur dann selbständig tätig, wenn sie eine echte/qualifizierte Sperrminorität haben, die uneingeschränkt die gesamte Unternehmenstätigkeit erfasst und sich aus der Satzung ergibt.
(BSG v. 14.3.2018 – B 12 KR 13/17 R)

Bei der Bestellung neuer Geschäftsführer ist dies bereits im Rahmen der Meldepflicht zu beachten (§ 28a SGB IV). Bei aktiven Geschäftsführern sollte die bisherige Selbständigkeit zügig in der Satzung abgesichert werden. Eine faktische oder lediglich vertraglich zugesagte Selbständigkeit wird die DRV im Rahmen ihrer Betriebsprüfungen nicht mehr genügen lassen. In Zweifelsfällen kann mit einem Statusverfahren bei der „Clearingstelle“ der DRV die Beitragspflicht geklärt werden. Dabei

prüft die DRV im Wege einer „Gesamtwürdigung aller Umstände des Einzelfalles“, ob eine Beschäftigung vorliegt. Auf Basis der nachgewiesenen Umstände teilt die Clearingstelle zunächst die vorläufige Einschätzung mit und gibt Gelegenheit zur Stellungnahme. Gegen den dann folgenden Bescheid kann Widerspruch eingelegt werden. Bleibt dieser erfolglos, kann der Status vom Sozialgericht geklärt werden. Erfahrungsgemäß bedarf es besonderer Bemühungen die Selbständigkeit darzulegen, wenn nicht wenigstens (inzwischen) eine uneingeschränkte Sperrminorität in der Satzung vorgesehen ist. Im Einzelfall kann die Haftung für rückständige Beiträge aufgrund des Vertrauensschutzes auf die alte Rechtsprechung vor Veröffentlichung des richtungsweisenden BSG-Urteil vom 29.7.2015 minimiert werden (vgl. BSG v. 28.2.2017 – B 12 R 21/16 B). Stellt die DRV die Selbständigkeit dagegen fest, sind zu Unrecht abgeführte Beiträge grundsätzlich zu erstatten.

**Selbständigkeit bei aktiven
Geschäftsführern zügig in
der Satzung absichern!**

Anzeige

Über die AUTOREN



Dr. Daniel Ludwig



Dr. Jacob Hinze

Dr. Daniel Ludwig und Dr. Jacob Hinze arbeiten als Rechtsanwälte bei CMS Hasche Sigle in Hamburg, Dr. Ludwig als Partner und Dr. Hinze als Associate. Beide beraten nationale und internationale Unternehmen in allen Fragen des Individual- und Kollektivarbeitsrechts. Die Schwerpunkte ihrer Tätigkeiten liegen in komplexen – auch grenzüberschreitenden – Restrukturierungsvorhaben sowie in der Lösung von Konflikten mit Betriebsräten und Gewerkschaften.

Messebau und Service
seit 1978



Familienunternehmen

haben bei uns einen ganz besonderen Stand.



www.mdsmessebau.de

IM GESPRÄCH

Premiumkunden zählen auf und mit Stat Control

Statistische Controlling Systeme für die Inventur

von David Friedemann

INFO

Unternehmen:
Stat Control GMBH

Schwerpunkt:
Seit der Gründung 1991 als Spin-Off von PriceWaterhouse (heute PwC) hat sich die Stat Control einzig auf statistische Verfahren für Inventuren und Bestandskontrollen konzentriert. Diese Spezialisierung sowie enge Kontakte zu allen namhaften Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in Kombination mit langjähriger Erfahrung machen das Besondere unseres Unternehmens aus.

Zahlreiche Konzerne und mittelständische Unternehmen aus Industrie, Handel, Logistik-Dienstleistung und dem Versorgungsbereich vertrauen auf unser Know-how und setzen erfolgreich unsere Systeme ein.

Gründung:
1991

www.statcontrol.net

Auf der Referenzliste des Unternehmens Stat Control GmbH versammelt sich das Who is Who der deutschen Wirtschaft. Dem Hamburger Unternehmer hat Jörg Ökonomou, Geschäftsführender Gesellschafter der Stat Control, erzählt, wie man als kleiner Player Premiumkunden gewinnt.



Stat Control steht für statistische Verfahren als Ersatz für die Vollinventur. Das Unternehmen bietet dabei nicht nur Softwareprodukte, sondern auch Beratung rund um das Thema Stichprobeninventur. Genutzt werden hierfür eigens entwickelte Systeme, welche die gesetzlich zulässigen Verfahren der Inventur durch erheblich schnellere und sicherere Verfahren ersetzen. Dabei reduziert sich der Aufwand um ca. 95 Prozent und auch die Kosten einer Inventur sinken erheblich. Die Stat Control GmbH wurde 1991 gegründet. Jörg Ökonomou übernahm 2005 die Geschäfte und stieg aktiv in die Vermarktung ein.



Wie haben Sie es geschafft, einen so großen Stamm an Premiumkunden aufzubauen?

„Ich bin Betriebswirt und war einige Jahre in einer großen Werbeagentur tätig. Mit Partnern habe ich in den 2000er Jahren das Thema E-Learning für einen Flugzeughersteller vorangetrieben. Daher kannte ich mich zum einen mit dem Thema Vermarktung, aber auch mit zielgruppenspezifischen Softwarelösungen gut aus. Mein Vorgänger und Gründer der Stat Control hat das Unternehmen aus Altersgründen verkauft. Er hat jedoch mit seiner Idee und Software den Weg geebnet, um das Produkt erfolgreich am Markt zu platzieren.“

„Zur damaligen Zeit habe ich mir vorgenommen, das Unternehmen zum Relevant Set der Branche auszubauen. Das heißt, dass man uns unmittelbar mit dem Thema Stichprobeninventur verbindet. So wie Tempo mit Taschentüchern.“

Seit über 25 Jahren widmen wir uns ausschließlich der Optimierung von Inventuren und Bestandskontrollen.

Genau dieser Fokus auf unsere Kernkompetenz macht uns auch bei großen Unternehmen zum verlässlichen Partner. Daher haben wir es auch nie darauf angelegt, neue Geschäftsfelder außerhalb unseres Kompetenzfeldes zu erschließen.“

Gem. §§ 240 Abs. 1, 2, 242 Abs. 1 HGB ist jeder Kaufmann verpflichtet, sowohl bei Geschäftseröffnung als auch Schluss eines jeden Geschäftsjahres auf Grund einer Bestandsaufnahme (Inventur) ein Verzeichnis (Inventar) seiner Vermögensgegenstände und Schulden aufzustellen.

„Doch genau darin liegt oft das Problem. Um große Bestände zu zählen, war es lange Zeit üblich, das gesamte Lager für die Dauer der Inventur zu schließen und jeder vom Pfortner bis zum Buchhalter wurde eingespannt, um möglichst schnell die Bestände zu zählen. Das führte zu erheblichen Zählfehlern, die meist erst später entdeckt und korrigiert wurden. In Zeiten moderner Versandhändler und 24/7 Versandzeiten ist dies allein aus logistischen Gründen nicht mehr machbar.“

Bereits 1981 wurden die gesetzlichen Rahmenbedingungen und Grenzwerte der Stichprobeninventur festgelegt.

„Alle reden von Industrie 4.0 – dabei gehen wir bei der Inventur zum Teil noch wie 1950 vor.“



Und welches Geheimnis steckt dahinter, Kunden wie Edeka, BMW, Braun und Luft-hansa von den Lösungen zu begeistern und sich vom Wettbewerb abzuheben?

„Das ist schwer zu sagen. Jeder muss auf seine eigene Weise begeistert werden. Wir kennen die Eigenheiten und Anforderungen unserer Kunden wie unsere Westentasche. Kein Kunde ist gleich. Auch wenn unsere Kunden ähnliche Herausforderungen haben, so ist die Herangehensweise bei Inventuren doch individuell und sensibel. Der direkte Kontakt ist von Anfang an extrem wichtig. Wir haben uns recht früh dafür entschieden, die Verfahren und uns selbst auf Messen zu präsentieren – für uns bisher einer der erfolgreichsten Wege neue Kunden zu begeistern.“

Fest steht: „Der Mensch ist nicht zum Zählen gemacht“, so Jörg Ökonomou.

Bei einer klassischen Inventur weisen bis zu 30 Prozent der gezählten Artikel Fehler auf. Überprüft wird davon meistens ein Drittel der Positionen mit den höchsten Abweichungen. Die übrigen Ergebnisse werden direkt in den Bestand übernommen. Das führt zu unsicheren Bestandszahlen, die eben auch die Planung unsicher werden lässt. Mit dem Ergebnis, dass entweder hohe Sicherheitsbestände aufgebaut werden müssen, oder schlimmstenfalls Out-of-Stock-Situationen eintreten. Diese Gefahr wird mit der Stichprobeninventur verringert, weil durch den geringeren Zählaufwand weniger Fehler auftreten und Differenzen in weit größerem Umfang überprüft werden können.

Sie sind gerade dabei, das Unternehmen an einen Investor zu übergeben. Wie kam es zu diesem Schritt?

„Wir haben unsere Produkte kontinuierlich optimiert und das Unternehmen auf feste Beine gestellt. Als nächsten Wachstumsschritt kommt nur eine Internationalisierung in Frage. Da ich diesen Schritt aus Altersgründen nicht die nächsten 20 Jahre begleiten kann, haben wir uns zum Verkauf entschieden. Darüber hinaus bietet dieser Schritt auch neue Möglichkeiten für unsere Mitarbeiter. Alles in Allem also eine runde Sache.“

Welchen Tipp würden Sie anderen gern mit auf den Weg geben?

„Für uns war es essentiell sich nicht zu verzetteln. Als kleines Unternehmen hat man bei großen Kunden nur die Chance zu bestehen, wenn man aktiv einen Markt, eine Kernkompetenz besetzt, welche unverwechselbar ist. Daher lohnt es sich oft auch, an bestehenden Kompetenzen und Produkten zu arbeiten, ohne neue Baustellen zu eröffnen.“



Edeka, BMW, Braun und Luft-hansa stehen auf der Kundenliste von Stat Control.

Anzeige

g2
GESUND HOCH ZWEI

Gesunde Mitarbeiter – gesunder Betrieb!



- Premium-Service: Facharzt-Termin garantierter innerhalb von 48 h
- Kürzeste Wartezeiten in der Arztpraxis
- Und das Beste: Bis zu 30 % weniger Fehlzeiten



GESUND HOCH ZWEI der besondere Facharzt-Service für Familienunternehmer!

Die sichere Premium-Versorgung für Ihre Mitarbeiter
- verlässlich und nachhaltig -



Personalverfügbarkeit erhöhen



Mitarbeitergesundheit fördern



Arbeitseffizienz steigern

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

RÜCKBLICK

Generationenwechsel mit Erfolg

Unternehmensübergang in Zeiten der Erbschaftssteuer
– Experten und Unternehmer diskutieren in Neumünster

von Nathalie Rieck



Über 95 Prozent aller deutschen Unternehmen sind in Familienhand. Davon stehen jedes Jahr rund 1.000 Betriebe zur Nachfolge an. Bei mehr als der Hälfte von ihnen ist diese aber noch nicht geregelt, was eine reibungslose Fortsetzung der Geschäftstätigkeit gefährdet. Betroffen sind nicht nur die Unternehmer, sondern in den nächsten zwei bis drei Jahren auch bis zu 120.000 Mitarbeiter. Zudem macht das Steuerrecht es gerade potenziellen Übernehmern aus dem Familienkreis schwer, den Überblick über finanzielle Konsequenzen einer Unternehmensnachfolge zu behalten. Grund genug, diese Punkte am 27.03.2019 zu diskutieren.



Eingeladen hatten DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER des Landesbereiches Schleswig-Holstein und der IHK zu Kiel. Zunächst führten die Landesvorsitzende und Unternehmensnachfolgerin Nathalie Rieck und der Leiter der IHK-Geschäftsstelle Neumünster Lutz Kirschberger in das Thema ein. Wenn der Unternehmensübergang gelingen soll, bedarf es rechtzeitiger Planung. Die Handelskammern halten dazu hilfreiche Checklisten bereit. Das „Notfallhandbuch“ der Industrie- und Handelskammern hilft, sich darüber klar zu werden, wie man sein Lebenswerk sichern möchte.

Joachim Lahl, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, erläuterte, welche steuerrechtlichen Herausforderungen bei einer Unternehmensnachfolge anstehen. Schnell wurde deutlich, dass man in aller Regel fachmännische Hilfe braucht, um Steuerbefreiungen, begünstigtes Vermögen und Ertragswertverfahren richtig fassen zu können. Er gab jedoch den Teilnehmern diesen Tipp mit auf den Weg:

„Richten Sie die Nachfolge in erster Linie nach Ihren (strategischen) Entscheidungen aus, stellen Sie eine mögliche Ersparnis der Erbschaftssteuer nicht in den Fokus.“

In der anschließenden Diskussionsrunde unter Leitung von Dr. Paul Raab, Leiter der IHK-Geschäftsstelle Elmshorn, berichteten Nathalie Rieck und Dietmar Brauer, Norddeutsche Pflanzenzucht KG in Holtsee, von ih-



Diskutierten in Neumünster über Nachfolgeproblematiken: Jens Petersen, Joachim Lahl, Nathalie Rieck, Dr. Paul Raab und Dietmar Brauer (v. l. n. r.)

ren Erfahrungen rund um die Unternehmensnachfolge. Das Unternehmen RieckDruck GmbH, Tornesch, steckt mitten im Nachfolgeprozess. Nathalie Rieck schilderte eindrücklich, wie wichtig es ist, die Mitarbeiter mitzunehmen. Noch erfolgsentscheidender ist aber die Kommunikation im Team und in der Familie. Vom „Kind des Chefs“ werden sie und Ihr Bruder nun gemeinsam zum Chef. Dieser Rollentausch brauche Zeit, die Akzeptanz im Team, bei Kunden und bei Lieferanten müsse wachsen, erzählte sie. Dietmar Brauer strebt eine Nachfolge erst in ein paar Jahren an. Doch wie RieckDruck befindet sich sein Unternehmen schon seit mehreren Generationen in Familienhand. Seine Erfahrungen: Es habe sich über die Zeit eine Art Kodex herausgebildet, der Streit zwischen den Generationen zu verhindern helfe, insbesondere dann, wenn es mehrere Kinder gebe, die um die Nachfolge konkurrierten.

Als Fazit hielten die Teilnehmer fest, dass eine Unternehmensnachfolge Zeit, intensive Planung mit Fachleuten und offenen Austausch zwischen Übergeber und Übernehmer braucht, wenn sie gelingen soll.

Besser den Unternehmensübergang rechtzeitig planen!



VORSTANDSREFLEXIONEN

Die EU-Wahl

VOTE

VOTE

VOTE

VOTE

X

VOTE

**Reinhold von Eben-Worlée:
Handel bleibt der Schlüssel**

„Wenn Waren nicht Grenzen überschreiten, werden es Soldaten tun“, soll der französische Ökonom Frederic Bastiat vor knapp 200 Jahren einmal gesagt haben. Die zahllosen Kriege im Europa des 19. und 20. Jahrhunderts gaben ihm in erschreckender Regelmäßigkeit recht. Die EU und ihre Vorgängerorganisationen sind der Beweis im umgekehrten, im friedlichen Sinne. Über 70 Jahre Frieden in großen Teilen Europas ist eng verknüpft mit immer stärkerer ökonomischer Vernetzung. Was mit einer Kooperation in der Kohle- und Stahlindustrie begann, gipfelte im gemeinsamen EU-Binnenmarkt, der bis heute Freizügigkeit für Waren, Dienstleistungen, Kapital und Personen garantiert. Dieser historische Rückblick ist kein Fall für die Geschichtsbücher, sondern nach der Europawahl hochaktuell. Schließlich zeigt er, dass die Kräfte von Handel und Wettbewerb die Garanten für Frieden und Wohlstand sind. Damit das so bleibt, muss die Politik in Brüssel und Straßburg weiterhin marktwirtschaftlichen Prinzipien treubleiben. Ein gutes Beispiel dafür ist die Klimapolitik.

Es ist offensichtlich, dass der CO₂-Ausstoß reduziert werden muss. Doch der Versuch der Bundesregierung, das mit der planwirtschaftlich organisierten Energiewende zu schaffen, ist eindeutig gescheitert.

Wir haben in Deutschland die höchsten Strompreise Europas und verfehlen trotzdem unsere Klimaziele. Dabei haben wir in der EU mit dem Emissionszertifikatehandel ein System, das marktwirtschaftlich ist und gut funktioniert. Das neue EU-Parlament sollte hier ansetzen und den Zertifikatehandel auf mehr Bereiche ausweiten anstatt sich gemeinsam mit der neuen EU-Kommission in zusätzlicher Regulierung zu verzetteln.



Die Europäische Union - größter Wirtschaftsraum der Welt

Ein anderes Beispiel sind die globalen Handelskonflikte, in denen auch die Europäische Union mit den USA und China ringt. Hier kann es nicht die Lösung sein, den Chinesen in Sachen Staatslenkung und den USA beim Protektionismus nachzueifern. Vielmehr sollte sich die Europäische Union ihre erhebliche Bedeutung als größter Wirtschaftsraum der Welt zunutze machen. Parlament und Kommission müssen sich darauf konzentrieren, dass die EU handelspolitisch mit einer starken und geschlossenen Haltung auftritt. Die China-Strategie der EU enthält hierzu gute Ankündigungen, mehr aber noch nicht. Mit vereinter Kraft kann Europa die Amerikaner in ihrer Auseinandersetzung mit China dazu bringen, der Welthandelsorganisation WTO wieder mehr Relevanz zu verschaffen und so marktwirtschaftliche Prinzipien international stärker etablieren.

Die Europäische Union hat seit den Fünfziger-Jahren vorgemacht, dass miteinander Handel treiben keine Randerscheinung des Zusammenwachsens von Staaten ist, sondern ein Schlüsselaspekt. Deshalb ist es von entscheidender Bedeutung, dass die neuen Mehrheiten in Parlament und Kommission die EU zu einem Global Player in der Handelspolitik machen.

Der Schlüssel zu Wohlstand ist der freie Verkehr von Waren und Dienstleistungen zu fairen Wettbewerbskonditionen. Sie sollten Grenzen überschreiten, nicht Soldaten.

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





Themen wie Migration, Digitalisierung oder Energienetze sollten zunächst mit Ländern vorangetrieben werden, die dazu bereit sind.

Sarna Röser: Europa vor einer neuen Ära

Die Europawahl ist vorbei und ihr Ausgang zeigt eine klare Tendenz: Der Zuspruch zu antieuropäischen Kräften bleibt spürbar hinter den Befürchtungen zurück. Das neue Europäische Parlament wird von einer proeuropäischen Mehrheit getragen. Europas Bürger geben ein klares Bekenntnis zur EU ab!

Jetzt muss eine neue Ära der Zusammenarbeit eingeläutet werden, um die wettbewerbliche Stärke der EU für alle wieder sichtbar zu machen.

Diskussionen über ‚mehr‘ oder ‚weniger‘ Europa liefen schon im Wahlkampf ins Leere. Die wichtige Frage ist die nach dem „wie“. Europa muss durch flexible Formen der Zusammenarbeit seine Handlungsfähigkeit verbessern. Alle zukünftigen Reformvorschläge sollten gerade in Zeiten großer Handelskonflikte die EU nach innen und außen stabiler machen.

Wir jungen Menschen sind mit offenen Grenzen im Schengen-Raum aufgewachsen. Gemeinsam mit europäischen Austauschprojekten wie dem Erasmus-Programm für Auslandssemester ist bei vielen von uns ein europäisches Lebensgefühl entstanden, das sich von nationalen Denkmustern zunehmend ablöst. Bei der Europawahl haben junge Menschen in Deutschland überproportional Grüne mit ihrem umweltpolitischen Fokus gewählt. Doch bei der Umsetzung konkreter Maßnahmen darf Brüssel nicht dieselben Fehler wie Berlin machen. Beim Klimaschutz brauchen wir starke Mitstreiter, um global etwas bewirken zu können.

Der Versuch, die Energiewende in Deutschland planwirtschaftlich aufzuziehen, ist krachend gescheitert.

Doch Reformen müssen nicht nur marktwirtschaftlich organisiert sein. Europäische Politik muss sich auch besser an den Bedürfnissen der Mitgliedsstaaten orientieren. Das bisherige Prinzip des kleinsten gemeinsamen Nenners sowie praxisferne Vorschläge aus Brüssel haben viele EU-Gegner in ganz Europa mobilisiert. In Brüssel und Straßburg muss man anerkennen, dass ‚One-Size-Fits-All‘ eben doch nicht allen passt. Statt im dauerhaften Krisenmodus zu verharren, sollten dringende Themen wie Migration, Digitalisierung oder Energienetze zunächst mit Ländern vorangetrieben werden, die dazu bereit sind. Aufbauend auf der erreichten Integration brauchen wir innerhalb der EU Themen-Clubs mit festen Regeln. So kommt Europa besser voran als mit einer Zwangsgemeinschaft, in der Minderheiten durch Überstimmung zum Mitmachen bewegt werden sollen.

Gelingen den Themengruppen Fortschritte, werden das auch diejenigen sehen, die skeptisch am Seitenrand stehen. Die EU selbst ist ein Paradebeispiel. Sechs Länder haben in den Fünfziger-Jahren den Grundstein zur späteren EU gelegt. Die Zahl der Mitgliedsstaaten hat sich mittlerweile mehr als vervierfacht. Angesichts globaler Herausforderungen und Megatrends wie der Digitalisierung wird grenzüberschreitende Zusammenarbeit in Zukunft noch wichtiger werden. Doch die beste Werbung dafür ist nicht Zwang, sondern Erfolg. Gute Ideen setzen sich am Ende durch, weil nicht politische Mehrheiten, sondern Fakten für sie sprechen. Das sollte Maxime einer modernen europäischen Union sein.

C/M/S/

Law . Tax

Wohin Sie gehen – Wir begleiten Sie.

CMS berät mittelständische Unternehmen und Großkonzerne in allen Fragen des nationalen und internationalen Wirtschaftsrechts. Unsere starken Teams aus erfahrenen Spezialisten verschiedenster Rechtsgebiete machen uns zu einem zuverlässigen Partner.

Sprechen Sie uns an.

Dr. Eckart Gottschalk
E eckart.gottschalk@cms-hs.com

Dr. Hilke Herchen
E hilke.herchen@cms-hs.com

Dr. Daniel Ludwig
E daniel.ludwig@cms-hs.com

Dr. Thomas J. Meyer
E thomas.j.meyer@cms-hs.com

Your World First
cms.law

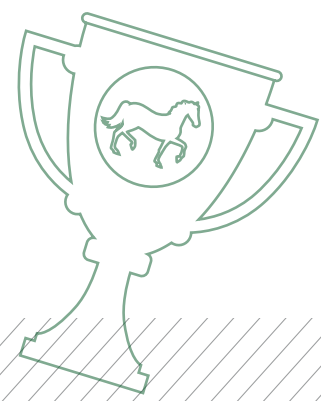
IM GESPRÄCH

„Polo ist wie Golfen bei einem mittleren Erdbeben.“

Premium-Spaß auf dem Pferderücken!

von Gabriela Friedrich

Fotos: Bernhard Willroth 



Direkt am Osdorfer Born liegt Deutschlands Top-Adresse für Polo-Enthusiasten und solche, die es nach ersten zaghaften Versuchen garantiert werden: die Win PoloSchule, gegründet und geführt von Polo-Profi Thomas Winter. Gabriela Friedrich hat sich bei ihm umgesehen.

Einmal von der Hauptverkehrsader Rugenbarg abgebogen, und ich bin in einer anderen Welt. Felder, Weiden, Knicks. Pure Landidylle, keine 20 Minuten von der City entfernt. Jetzt ist es nur noch ein Katzensprung bis zum hohen, schweren Metalltor der Poloschule. Ein Druck auf die Klingel, schon lässt man mich ein.

Ein Pferdepfleger stellt seinen Besen beiseite und nimmt sich meiner an. Führt mich vorbei an unzähligen neugierig aus ihren Boxen lugenden Pferden. Wie ich später erfahren werde, stehen hier in der Hauptsaison rund 200 Pferde aus aller Herren Länder, um in diesem Leistungszentrum des Polosports trainiert zu werden und an Turnieren teilzunehmen. Doch noch sind die Ställe vorrangig von den hauseigenen Schulpferden, Zuchtstuten mit ihren neugeborenen Fohlen und einigen Spring- und Dressurpferden bevölkert.



Familienteamwork zu Pferd

Ein kurzer Zwischenstopp in der Reithalle, wo sechs Polopferde ihr sorgfältig konzipiertes Konditionstraining absolvieren, dann stehe ich endlich Deutschlands bestem Polospieler Thomas Winter gegenüber. Bodenständig, kernig, sympathisch und gewissermaßen auch ein Familienunternehmer. Denn generationenübergreifendes Teamwork gehört zu seinem Alltag. Poloschule und Gestüt leitet er gemeinsam mit seiner Mutter – „ohne jeden Stress, wir ticken ganz ähnlich“, wie er berichtet. Zur Harmonie trägt auch die klare Aufgabenteilung bei: Die Mutter kümmert sich um die Schulpferde, der Sohn um den Unterricht. Auch das Polospiel ist bei den Winters eine

Familienangelegenheit: Vater Klaus blickt auf eine fast 50-jährige Polokarriere zurück und hat sich erst im Jahr 2016 aus dem Sport zurückgezogen. Thomas Winters Brüder Oliver und Christopher sowie sein Neffe Julien sind ebenfalls exzellente Spieler. Doch wenn die Winters als Team zusammenspielen, schepert es untereinander schon mal. „Ja“, bekennt Thomas Winter entwaffnend ehrlich, „wenn ein Familienmitglied auf dem Platz einen Fehler macht, ist mein Ton schon schärfer als bei einem Fremden.“ Trotzdem – oder gerade deswegen – haben die Winters als einzige Familienmannschaft jemals eine Deutsche Polomeisterschaft gewonnen.



INFO

Thomas Winter hat die Win PoloSchule 1995 in Hamburg gegründet. In der Schule und dem angeschlossenen Gestüt sind 10 Mitarbeiter beschäftigt. Das Angebot ist auf den Reitsport ausgerichtet, umfasst neben der Aus- und Weiterbildung von Polospielern auch das Training von Turnierpferden. Außerdem werden Incentives und Seminare veranstaltet, immer mit einem Bezug zum Pferd als Partner. Sie erreichen Thomas Winter unter www.poloschule.de

Polotraining bei jedem Wetter - in der Reithalle der Win PoloSchule



48 Stunden pro Tag Polo

Auch eine Poloschule will unternehmerisch geführt sein. Wie gut, dass Thomas Winter abgeschlossener Betriebswirt ist und jahrelang als Projektmanager komplexe Bauprojekte verantwortete. Letzteres mit großer Begeisterung, denn, wie er sagt, liebt er es zu organisieren. Ohne perfekte Organisation ließen sich seine zahlreichen Aktionsfelder auch nicht managen. Winter ist Bundestrainer der Deutschen Polo Nationalmannschaft und verantwortlich für den Deutschen Jugendkader, spielt selbst auf Top-Niveau weltweit, ist der erfolgreichste deutsche Polospieler überhaupt, trainiert internationale Profi- und Amateurspieler in Deutschland und auf Mallorca, berät europaweit bei Planung und Bau von Polo-Anlagen, betreibt einen Shop, das Gestüt, den Pensionsstall und eine Reitschule für Kids, Jugendliche und Erwachsene. Er veranstaltet Polo Jugend-Camps, bildet Polopferde aus und hilft verzweiferten Besitzern von Problemperden.

Für Unternehmer besonders interessant sind seine Polo-Incentives, bei denen sogar Mitarbeiter ohne Reitkenntnisse bereits am Nachmittag ihr erstes kleines Turnier austragen – wenn auch eher im Schritt oder Trab, doch garantiert voller Begeisterung.



Gemeinsam mit einem befreundeten Mentaltrainer veranstaltet Thomas Winter außerdem pferdegestützte Führungskräfte Trainings. Und dann beanspruchen natürlich auch noch seine Ehefrau und die vierjährige Tochter einen Teil seiner Zeit.

Wie er all das schafft und dabei locker und entspannt bleibt? Keine Ahnung – sicherlich hilft es, dass er mit Leib und Seele liebt was er tut und als Führungskraft zu delegieren und zu motivieren versteht: die Poloschule lebt von flachen Hierarchien und engagierten, mitdenkenden Mitarbeitern. Bereits in 2003 erwarb Thomas Winter in England den höchsten Ausbilderstatus im Polosport, der, wie es scheint, auch bei der Menschenführung im Unternehmen recht nützlich ist.

Polo für jedermann

Zugegeben – wer bei den großen, international besetzten Poloturnieren erfolgreich sein will, investiert auch in diesen Sport - vor allem auch viel Zeit: wenigstens vier eigene Pferde, das Training und die Transporte der Pferde deutschlandweit und ins Ausland machen diesen Bereich tatsächlich zu einem Profi-Sport. Für ihre Passion bringen diese Spieler – fast alle deutschen Polospieler sind Amateure – viel Zeit auf, halten sich das ganze Jahr über körperlich fit. Der Einstieg ins Polo als Freizeitpaß mit Kick ist dafür absolut erschwinglich und vom Aufwand mit vielen anderen Sportarten vergleichbar. „Bei uns spielen Studenten, Angestellte, Unternehmer und Manager“, berichtet Winter. Wer den Sport kennen lernen möchte, benötigt weder eine eigene Ausrüstung noch ein Pferd, alles wird in der Win PoloSchule gestellt.



Winters Erfahrung: „Insbesondere ambitionierte Menschen packt der Polo-Virus sofort.“ Schließlich gilt es beim Polo, eine ganze Reihe von Herausforderungen gleichzeitig zu meistern: Vom Pferderücken aus muss der kleine Ball mit dem Poloschläger getroffen werden, sogar im Getümmel oder im gestreckten Galopp. Oder wie ein Spieler es ausdrückte: „Polo ist wie Golfen bei einem mittleren Erdbeben.“ Man stimmt sich permanent mit den Teamkollegen ab, entscheidet und agiert blitzschnell, wobei ein komplexes Regelwerk zu befolgen ist. Selbst in den kompetitivsten und härtesten Spielsituationen gilt es, sich der Verantwortung für den Partner Pferd bewusst zu bleiben. Damit ist Polo ein reizvoller Sport, dessen Lektionen in vielen Lebens- und Berufsbereichen anwendbar sind.

Zu anstrengend? Passiv-Sportler und Pferdeliebhaber können auf dem Poloplatz in Klein Flottbek rasante Turniere verfolgen. Ein entspannter Familienspaß für Eltern, Großeltern, Kinder und viele, viele Hunde.

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



30 Floris Helmers (mitte) im Interview mit Malte Wetter (links) und David Friedemann (rechts)

Drängeln beim Check-in, Schlange stehen vor der Sicherheitskontrolle und langes Warten auf den Anschlussflug. Längst ist Fliegen keine komfortable, exklusive Form des Reisens mehr.

Es sei denn, man nutzt die Services von Air Hamburg.

Malte Wetter und David Friedemann haben sich die Luxuswelt des Jet Charter-Dienstes angeschaut.

Premium Flüge mit Air Hamburg

Jet Charter-Dienste –
exklusiver kann man nicht reisen

Die Sonne steht hoch am Himmel, keine Wolke weit und breit. Wir treffen uns mit Floris Helmers, Gründer und Geschäftsführender Gesellschafter von Air Hamburg, auf der Terrasse des Cafés Himmelsschreiber am Hamburg Airport Helmut Schmidt. Im Hintergrund starten und landen große Passagiermaschinen im Minutentakt. Floris Helmers ist selbst Pilot und hat neben der Flugschule Hamburg im Jahr 2001 das Unternehmen Air Hamburg gegründet. Eine Erfolgsgeschichte. Seither ist das Unternehmen auf 435 Mitarbeiter und eine eigene Flotte von über 30 Flugzeugen angewachsen.

„Ich komme selbst nur noch sehr selten zum Fliegen, aber hin und wieder drehe ich eine Runde in unserer Flugschule in Uetersen“, sinniert Helmers, fasziniert auf die startenden und landenden Flugzeuge blickend. „Wir haben gerade eine neue Maschine bekommen. Unsere neunte Cessna Citation XLS+. Mit diesem Flugzeug können acht Personen bis zu 3.700 km nonstop reisen. Deshalb wird die Maschine oft für Businessflüge eingesetzt.“

Wie buchen Ihre Kunden die exklusiven Flüge?

„Die meisten Kunden buchen über spezielle Vermittlungsbüros. Die Flüge werden dann auf einer Online-Plattform direkt angeboten. Wir haben jedoch über die Jahre auch sehr viele Stammkunden gewonnen, welche direkt buchen. Stellen Sie sich das Ganze wie ein Taxiunternehmen für Flugzeuge vor, d.h. unsere Flotte ist nicht an einem festen Standort stationiert. Wenn wir einen Gast beispielsweise von London nach Moskau gebracht haben, versuchen wir mit möglichst wenig Standzeit einen Anschlussflug ab Moskau zu bekommen. So kann es schon mal vorkommen, dass einige unserer Flugzeuge über mehrere Wochen hinweg nicht in Hamburg landen.“

„Die durchschnittliche Flugzeit unserer Maschinen liegt bei mehr als 1.000 Stunden pro Jahr. Vollständig privat genutzte Flugzeuge kommen pro Jahr oft auf maximal 100 Stunden.“

Gemeinsam wollen wir den Neuzugang der Flotte aus der Nähe betrachten. Vom Café Himmelsschreiber betreten wir direkt das Geschäftsfliegerzentrum des Airport Hamburg. Keine Schlange am Security Check. Keine Wartezeit für Gepäckstücke. Klimatisierter Minibus auf dem Rollfeld. Direkt zum Flugzeug. Schnell verstehen wir die Vorzüge des privaten Fliegens.

Die neue Maschine steht glänzend in der Sonne. Die Gangway wird heruntergelassen. „Dieses Flugzeug hat erst 23 Flugstunden hinter sich. Leider dürfen wir das Flugzeug noch nicht kommerziell nutzen. Die Anmeldung beim Luftfahrt-Bundesamt läuft aber bereits. Bis zur Zulassung kann es jedoch manchmal ein paar Wochen dauern“, so Helmers.

Der Innenraum bietet vergleichsweise viel Platz, gemütliche Ledersessel und hochwertiges Interieur.



Dieser Anblick wird der Kategorie Premium in allen Punkten gerecht. Wer sind Ihre Kunden und welche Beweggründe führen zur Buchung?

„Unsere Kunden sind zum einen Geschäftsreisende: Unternehmer aber auch Spitzensportler, Politiker, Diplomaten und natürlich Stars. Darunter sind zum Beispiel George Clooney und bekannte Supermodels. Auch Gäste wie der Dalai Lama nutzen unseren Service.“

„Besonders stolz sind wir darauf, Stammgäste zu haben, welche seit der ersten Stunde mit an Bord sind.“

„Die Beweggründe sind dabei ganz unterschiedlich. Teils kann es der einfache Grund sein, seine Haustiere gern mit in die Kabine zu nehmen oder in der Kabine rauchen zu können. Die meisten unserer Kunden schätzen die hohe Flexibilität und den exklusiven Service. Man verliert nahezu keine Zeit damit, zu warten oder beim Check-in.“



Der Reisekomfort hat dabei seinen Preis. Die Kosten sind je nach Flugzeugklasse, Entfernung und Dauer des Aufenthalts unterschiedlich. Die Strecke Hamburg – Palma de Mallorca kostet ca. 15.000 EUR.

„In Deutschland werden die Preise häufiger verglichen und die Kunden überlegen, ob man bei voller Auslastung sparen kann oder wie hoch die Mehrkosten im Vergleich zu einem Flug der 1. Klasse sind. Unseren ausländischen Gästen stellt sich diese Frage in weit geringerem Umfang. Mehrmals wöchentlich fliegen wir die Strecke Dubai – London. Die Kosten liegen bei ca. 65.000 EUR. Hier stehen deutlich der Komfort und die Schnelligkeit im Vordergrund.“

Das Unternehmen ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Welche Erinnerungen verbinden Sie mit der Zeit der Gründung?

„Mit jedem neuen Flugzeug sind wir personell stark gewachsen. Im Schnitt benötigen wir je Flugzeug sechs Piloten und drei neue Flugbegleiterinnen. Da kommt einiges zusammen. Vor Air Hamburg gab es bereits die Flugschule Hamburg. Einer der Flugschüler musste regelmäßig nach Sylt fliegen und so kam die Idee zum Privatcharter. Vorerst als Inselflieger. Wir sind täglich nach Sylt geflogen. Das war die Geburtsstunde von Air Hamburg.“



Die Flugschule Hamburg ist nach wie vor Bestandteil der Unternehmensgruppe. Ist der Bedarf hierfür ebenso stark angestiegen?

„Die Flugschule ist fester Bestandteil unserer Gruppe. Wir bilden pro Jahr ca. 100 Flugschüler aus. Natürlich ist die Zielgruppe hierfür etwas anders. Einige unserer Flugschüler erfüllen sich mit der Fluglizenz einen lang gehegten Kindheitstraum. Darüber hinaus bilden wir aber auch Verkehrspiloten aus und die besten können bei uns auf der Jetflotte als Copilot einsteigen. Dabei setzen wir auf höchste Standards und bilden alle Piloten im Simulator aus. Hinzu kommen regelmäßig wiederkehrende Sim Trainings und Line Checks. Auch die Sicherheit bei der Wartung ist auf höchstem Niveau. Ein eigener Instandhaltungsbetrieb in Baden-Baden ist fester Bestandteil des Unternehmens.“

INFO

Unternehmen:
Air Hamburg

Gründung:
2001 Flugschule Hamburg
2005 Air Hamburg

Schwerpunkt:
Seit April 2001 ist AIR HAMBURG Komplettanbieter im Bereich Luftfahrt mit Sitz in Hamburg. Die mittelständische Unternehmensgruppe verfügt über eine Flotte von 30 Jets und 15 Maschinen der Flugschule Hamburg. Zur Unternehmensgruppe gehört auch das Café Himmelsschreiber am Geschäftsfliegerzentrum und ein eigenes Flugzeug-Handling.

Mitarbeiter:
ca. 435

Umsatz:
ca. 165 Mio EUR

www.air-hamburg.de

Was hat sich seither am meisten verändert?

„Die große Anzahl an Flugzeugen benötigt nicht nur sehr viel Personal, sondern stellt uns auch vor logistische Herausforderungen. Wir haben in vielen Metropolen wie London, Nizza und Genf eigene Lager, um die Flugzeuge bei jedem Zwischenstopp neu zu bestücken. Dabei lagern wir alles, vom Champagner bis zum Frischetuch. Wir haben diese Herausforderungen bisher gut gemeistert und das Unternehmen auf feste Füße gestellt.“

Ein so schnelles Wachstum kann auch Schattenseiten haben. Welchen Tipp können Sie anderen Unternehmern mitgeben?

„Wir haben trotz des schnellen Wachstums immer auf unsere Kostenstruktur geachtet und das Wachstum gezielt genutzt, um bestehende Konditionen neu zu verhandeln. Somit können wir bei den Flughafentgelten und dem Treibstoffeinkauf jetzt mit deutlich besseren Preisen kalkulieren. Darüber hinaus ist es wichtig, die Mitarbeiter richtig abzuholen und zu integrieren. Regelmäßige Schulungen, Fortbildungen, After-Works, Boarding-Days, gemeinsame Workshops etc. helfen dabei sehr.“



Davon können wir uns gleich selbst ein Bild machen. Vom Rollfeld zurück im Café Himmelsschreiber treffen wir auf sechs gut gelaunte junge Damen. „Wir sind immer offen für neue motivierte KollegInnen. Das ist Gabriela, sie leitet das Onboarding der neuen MitarbeiterInnen. Hierfür haben wir hier ein Schulungszentrum eingerichtet“, berichtet Floris Helmers.

Was war Ihr bisher ungewöhnlichster Auftrag bzw. Kunde?

„Neben prominenten Gästen kommt es vor, dass wir besondere Tiere transportieren. In den Vereinigten Arabischen Emiraten ist die Falknerei eine alte Tradition. Die Falken werden teils mit Linienflügen transportiert. Die Tiere tragen dabei eine Haube über den Augen und schlafen. Während unseres Fluges ist einem der Falken eben diese Haube von den Augen gerutscht. Dieser flog plötzlich durch die Kabine und landete mit den scharfen Krallen auf der Schulter unserer Stewardess.“

Welche Ziele haben Sie sich für die kommenden Geschäftsjahre gesteckt?

„Wir haben in den letzten Jahren sehr viele Herausforderungen gemeistert und sind in Zeiten der Krise gewachsen. Das hat uns auch für die Zukunft gestärkt. Wir werden sehen, wie es weitergeht. Grundsätzlich ist aber zu sagen, dass wir uns immer weiter dem Thema Langstrecke widmen. Wir betreiben 16 Flugzeuge der Baureihe Legacy 650E und sind damit weltweit der größte Betreiber. Darüber hinaus haben wir im letzten Jahr eine dreistrahlige Dassault Falcon 7X aufgenommen. Damit sind Nonstop-Flüge ab Hamburg nach Florida möglich. Auch diese Maschine wird sehr gut angenommen.“

Die Investition in neue Maschinen ist mit viel Kapital verbunden. Sprechen Sie hierfür gezielt neue Investoren an?

„Von Beginn an haben wir einen Frankfurter Investor als starken Partner im Team. Darüber hinaus konnten wir in den letzten Jahren auch einige Unternehmer aus Deutschland als Investoren gewinnen. Die meisten Investoren kennen uns als langjährige Stammkunden.“



Was bedeutet Premium für Sie in einem Satz?

Premium bedeutet bei den anzubietenden Dienstleistungen vor allem, auch auf die außergewöhnlichsten Kundenwünsche einzugehen.“

Unser Besuch lässt uns auch kurz die Frage nach Effizienz und Kosten vergessen und macht Lust, sich direkt in den nächsten Air Hamburg-Flieger zu setzen.

Anzeige

crone werbeagentur

” AUS DATEN WERDEN TATEN.

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



RÜCKBLICK

Abschied mit Wehmut

Traditionelles Spargelessen im Anglo-German-Club
mit US-Generalkonsul Richard Yoneoka und
Wirtschaftsexperte Brad W. Setser

von René S. Spiegelberger



Die Gattin des amerikanischen Generalkonsuls Frau Kathrin Yoneoka negierte sogleich die Worte von Regionalkreisvorsitzendem Volker Ernst: Nein, es sei keinesfalls ein lachendes und ein weinendes Auge, mit dem sie Hamburg mit Kurs der amerikanischen Heimat verließen. Die ganze Familie sei tief betrübt, dass die drei Jahre von Richard Yoneoka vorbei seien und der reguläre Turnus im diplomatischen Dienst der Vereinigten Staaten von Amerika sie nun zurück nach Washington D.C. führe. Dass sich die Diplomaten-Familie in die Hansestadt verliebt habe, wirkte nicht lediglich als Kompliment an den Lokalpatriotismus von uns Gastgebern, sondern als echtes Bekenntnis. Die angenehme Atmosphäre beim traditionellen Spargelessen dürfte hierzu ein Übriges beigetragen haben, den Trennungsschmerz zu verstärken.

In seinen einführenden Worten verdeutlichte René S. Spiegelberger noch einmal die aktuell schwierige Lage in den bilateralen transatlantischen Beziehungen und betonte zugleich die unverrückbaren Positionen der DIE FAMILIENUNTERNEHMER mit ihrem konsequenten Werben um die USA als Verbündeten, schon um China zu fairem Handel und Investitionsbedingungen zu bewegen. Dies gehe nur, wenn die USA Europa bei der Stärkung der WTO als Zugpferd unterstützten und sich von dem aktuell diametralen Kurs hierzu abwendeten. Spiegelberger mahnte zudem an, dass offene Märkte der Schlüssel für steigenden Wohlstand bei uns und in der Welt seien. Die Regeln müssten hierbei in erster Linie auf einen fairen Wettbewerb ausgerichtet sein, schließlich stelle die EU für die amerikanische Seite gleichermaßen den wichtigsten Partner mit Blick auf Direktinvestitionen und Handel dar, wie dies auch vice versa gelte. Deutschland und die EU einerseits, die USA andererseits müssten hier ihren Protektionismus beenden.

DIE FAMILIENUNTERNEHMER unterstützten daher weiterhin die TTIP-Vereinbarungen, die Präsident Trump gestoppt hat.

Die Antwort auf die Frage, wie der Generalkonsul die Chance für die Wiederaufnahme dieser Verhandlungen sehe, blieb er uns bedauerlicherweise schuldig.

Der Austausch von Herzlichkeiten endete jedoch spätestens als der Generalkonsul auf die Deutsch-Amerikanischen Handelsdefizite aus der Perspektive seiner Heimatnation zu sprechen kam. Getreu der Erfordernis eines



hochrangigen diplomatischen Vertreters ließ er keinen Zweifel an der Richtigkeit der Ausrichtung des wirtschaftspolitischen Kurses von Präsident Trump und hier zeigten auch die kritischen Fragen und die anschließende Diskussionsrunde, dass der beste zu erzielende Konsens an diesem Abend wohl auf ein freundschaftliches ‚we agree to disagree‘ hinauslief. Allein bei der Notwendigkeit der Erhöhung der europäischen und insbesondere der deutschen Rüstungsinvestitionen herrschte Einvernehmen bezüglich des Nachholbedarfs auf deutscher Seite und der US-Vertreter konnte hier einen Punktsieg erzielen.

Sympathie und Zuneigungen überwogen alle Differenzen.





Die grundsätzliche Sympathie und freundschaftliche Zuneigung überwogen jedoch alle inhaltlichen Differenzen. Deshalb beschlossen DIE FAMILIEN-UNTERNEHMER und Herr Dr. Heiko Herold für das hamburgische General-konsulat, auch für die Zeit nach dem Stabwechsel am Harvestehuder Weg den geknüpften fruchtbollen Kontakt durch einen kontinuierlicheren Austausch fortzuführen.



Abermals zeigten die zahlreichen Fragen an den Experten, dass er im Kreis der DIE FAMILIEN-UNTERNEHMER zahlreiche Ansprech-partner auf Augenhöhe hatte.

Zur Vollständigkeit des Bildes eines rundum gelungenen Traditionessens mit dem beliebten weißen Stangengemüse bedarf es nur noch der besonderen Erwähnung, dass das Team von Gerald Pütter den Spargel bissfest in absoluter Perfektion kredenzte.



Die ausgleichende Gerechtigkeit aber wollte es, dass an diesem Tag mit Brad W. Setser einer der hochkarätigsten Experten zum Thema der deutsch-amerikanischen Handelsbeziehungen im Weißen Haus an der Alster zu Gast weilte und den DIE FAMILIEN-UNTERNEHMER kurzerhand eine Keynote zu seinem Arbeitsschwerpunktthema anbot. Die Expertise des Senior Fellow for International Economics am Council on Foreign Relations umfasst Makroökonomie, globale Kapitalströme, Umschuldungsmechanismen und das Management von Finanzkrisen. Von 2011 bis 2015 war Setser zudem stellvertretender Ministerialrat für internationale Wirtschaftsanalyse im US-Finanzministerium, u.a. mit den Themen Finanzkrisen in Europa, Währungsfragen und Rohstoffpreis-Schock.

Auch wenn es ihm bei diesem Themenspektrum naturgemäß nicht leicht fallen konnte, seinem Vortrag in einen optimistischen Grundtenor zu betten, trug er die komplexen Fakten gleichermaßen in beeindruckender Rhetorik wie humorvoller Leichtigkeit vor.



RINDCHEN'S
WEINKONTOR
www.rindchen.de





54,90 €
6 x 0,75 Liter

30 % SPAREN

statt 78,50 €
1 l 12,20 € statt 17,44 €
Art.-Nr. 840002271



49,90 €
6 x 0,75 Liter

20 % SPAREN

statt 62,20 €
1 l 13,82 € statt 17,03 €
Art.-Nr. 840002270

Spanien grillt an

Die Rioja ist mit ihrer Edelrebe Tempranillo die Messlatte für Grillwein de luxe.

Die nordspanische Weinregion am Ebro gilt als Inbegriff spanischer Winzerkunst. Das liegt vor allem an der Rebsorte Tempranillo, die sich als Juwel und Exportschlager gleichermaßen herausstellte. Sanfte Beerenfrucht und seidige Tannine, geschliffen durch die Reife in neuen Eichenfässern, verleihen den Rotweinen Struktur und Rückgrat. Somit sind sie geradezu prädestiniert für Feines vom Grill – egal ob Churrasco, BBQ oder Asado. Unser Paket vereint großartige Vertreter aller drei Unterzonen, den „Viña Montaña“ aus der Rioja Baja, den eleganten „Muriel“ aus der baskischen Rioja Alavesa und mit Marques del Hueco einen Top-Erzeuger aus der Kernzone Rioja Alta.

6er »Spanien grillt an«-Paket

- 2x 2016 Rioja DOCa Viña Montaña „Lar de Sotomayor“, Bodegas Domeco de Jarauta (14,0 % vol)
- 2x 2015 Rioja Crianza „Fincas de la Villa“, Bodegas Muriel (13,5 % vol)
- 2x 2015 Rioja Crianza „Vendimia Seleccionada“, Bodegas Heras Cordón (14,0 % vol)

Unser Riesling

Drei VDP.Weingüter aus drei Regionen unterstreichen die unerreichte Finesse und Spielfreude der deutschen Edelrebe.

Im VDP, dem Verband deutscher Prädikatsweingüter, haben sich die besten Erzeuger des Landes zusammengeschlossen. Der Traubenadler auf dem Flaschenhals steht synonym für höchste Qualität – insbesondere beim Riesling, Deutschlands weltberühmtem Aushängeschild. An der Nahe entlockt der junge Georg Rumpf den achtzig Jahre alten Rebstöcken der Bingerbrücker Abtei seinen „Phyllitschiefer“. Aus Rheinhessen stammt der Gutsriesling von Hans Oliver Spanier – im Fachblatt VINUM ausgezeichnet als „Winzer des Jahres 2018“. Désirée Eser Freifrau zu Knyphausen, eine der herausragenden Winzerinnen des Rheingaus, verzaubert ihren Riesling aus Hallgarten mit femininer Magie.

6er »Unser Riesling«-Paket

- 2x 2018 Riesling trocken, VDP.Gutswein "Phyllitschiefer", VDP-Weingut Kruger-Rumpf (12,0 % vol)
- 2x 2016 Riesling trocken, VDP.Ortswein "Hallgarten", VDP-Weingut August Eser (12,0 % vol)
- 2x 2017 Riesling trocken, VDP.Gutswein, VDP-Weingut Battenfeld Spanier (12,0 % vol)

Jetzt in unseren Kontoren & unter rindchen.de

- ☎ **040-556 20 20**
Mo-Fr 9-18 Uhr

@ **hhun-wein@rindchen.de**

🌐 **rindchen.de/hhun**

📍 **rindchen.de/kontore**

IM GESPRÄCH

Hamburgs erstes Luxus-Kino

In der Astor Film Lounge mit Hans-Joachim Flebbe

von Björn Castan

Björn Castan (links) im Gespräch mit Hans-Joachim Flebbe (rechts)



Premium Kino lautet das jüngste Kinokonzept des Unternehmers Hans-Joachim Flebbe. Mit der ASTOR Film Lounge eröffnete die XAVOY Filmtheater GmbH im letzten Jahr das erste Luxus-Kino Hamburgs in der Hafencity.

Wir trafen den bestens gelaunten Kinoprofi im Foyer der ASTOR Film Lounge, das mit einem gemütlich einladenden Ambiente das Publikum auf ein besonderes Kinoerlebnis einstimmt. Bevor es in die völlig neu gestalteten Kinosäle geht, setzen sich die Gäste hier in Ruhe hin, können auf das digital flackernde Kaminfeuer schauen und einen Begrüßungsdrink nehmen.



Herr Flebbe, wie sind Sie eigentlich Unternehmer geworden?

Hans-Joachim Flebbe: Während meines Studiums betrieb ich ein Kuriergeschäft, das ich dann verkaufte. Mit dem Erlös erwarb ich mit 24 Jahren das erste eigene Kino in Hannover und machte so mein Hobby zum Beruf. Erste Kinoerfahrungen hatte ich als Programmgestalter für das Apollo-Kino in Hannover-Linden gesammelt.

Mit der Gründung von CinemaxX als erstem Anbieter von Multiplexkino haben Sie das damalige Angebot der Programmkino in kurzer Zeit geradezu disruptiv verändert. Wie sind Sie darauf gekommen, eine Multiplex-Kinokette aufzubauen?

Flebbe: In meinen Anfangsjahren hatte ich nach und nach weitere Programmkino in verschiedenen Städten eröffnet. Daraus wurde eine kleine Kinokette. Ich traf dann die Medienunternehmer Rolf Deyhle und Bodo Scriba, die sich an meiner Firma beteiligten. Wir fragten uns, wie das Kino der Zukunft aussehen könnte. Der wichtigste Wettbewerber des Kinos war damals das Fernsehen, daher beschlossen wir, als wichtigsten Vorteil des Kinos die große Leinwand herauszustellen. Daher haben wir die Leinwände bei CinemaxX-Neubauten als vierte Wand ausgerichtet und mit dem Arenaseating von jedem Platz im Saal eine perfekte Sicht auf die Leinwand geschaffen.

INFO

Unternehmen:
ASTOR Film Lounge

Schwerpunkt:
Höchste Qualität und bester Service, das ist das einzigartige Konzept der Astor Film Lounge. In gemütlichen Sesseln erlebt man einen besonders großzügigen Reihenabstand und wird vom Service-Team direkt am Platz verwöhnt - mit Cocktails und Finger Food. Moderne, digitale Projektionstechnik, auch im 3-D-Format, wird geboten.

Gründung:
1985

Mitarbeiter:
500

www.astor-filmounge.de

Später sind Sie mit der CinemaxX AG an die Börse gegangen, was zwar viel Geld brachte, aber Sie konnten nicht mehr selbst bestimmen. Haben Sie den Börsengang bereut?

Flebbe: Der Börsengang der CinemaxX AG war ein sehr emotionaler Moment, der mich stolz gemacht hat. Als ich auf dem Parkett der Frankfurter Börse stand und unsere Aktien in einer Reihe mit Siemens und VW genannt wurden, war das schon ein tolles Gefühl. Nein, ich habe den Börsengang nicht bereut.

Im Jahr 2008 sind Sie aus dem Vorstand ausgeschieden. Wie kam es dazu?

Das Wachstum war rasant, die Investitionen gewaltig und die Erwartungen auf Steigerungsraten entsprechend. Wir sind von den Filmproduktionen abhängig. Es gibt Jahrgänge mit wenigen Blockbustern. Bleibt die erwartete Besucherzahl aus, geht es sehr schnell, dass die Banken das Vertrauen verlieren. Als Folge zwang mich die Bank, einen Partner aufzunehmen. Dr. Kloiber von Tele München wurde mein neuer Geschäftspartner, doch leider kam ich mit ihm nicht klar. Nach meinem Ausscheiden überlegte ich, was ich selbst mir wünschen würde, wenn ich Kino nochmal ganz neu planen könnte. Ich hatte das Glück, ein wunderschönes, traditionelles Filmtheater in Berlin übernehmen zu können, die spätere ASTOR Film Lounge am Kurfürstendamm, und dort meinen Wunsch vom Premiumkino mit umfangreichen Serviceleistungen wie Platzanweiser, Garderobe, größtmöglicher Bequemlichkeit und Bedienung am Platz zu verwirklichen.



Wir wurden begeistert vom Berliner Publikum aufgenommen und waren in kürzester Zeit für viele Besucher die richtige Alternative zum herkömmlichen Kino.

Sie betreiben aktuell acht und in Kürze mit Frankfurt neun ASTOR Film Lounges und ASTOR Grand Cinemas in Deutschland. Ein Kinoerlebnis mit hoher Bequemlichkeit, bester Bild- und Soundqualität und einem persönlichen Service ohne Käse Nacho-Geruch. Wie zu hören und lesen ist, ist das Konzept des Premium-Kinos aktuell sehr erfolgreich. Was bedeutet für Sie Premium?

Premium bedeutet für mich, die beste Qualität zu liefern. Bestes Bild, bester Ton, bester Komfort und bester Service. Damit heben wir uns von den normalen Kinos ab. Die Besucher sind auch gerne gewillt mehr Geld auszugeben, wenn das Angebot stimmt.

In welchen Produktkategorien nutzen Sie persönlich selbst lieber die Premiumangebote?

Ich liebe es, gut zu essen und an schöne Ziele zu reisen. Und ich bin Autofan: Aus meiner CinemaX-Phase war das einzige, was ich retten konnte, ein Porsche von 1991. Der wurde mir allerdings vor drei Jahren aus einer Tiefgarage gestohlen. Das tat mir wirklich weh.

Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Ihre Kinos heute zusammen?

Ca. 500.

Der Markt für Multiplex Kinos scheint in Deutschland gesättigt. Viele Filmtheater haben in den letzten Jahren geschlossen. Welche Zukunft sehen Sie für das Geschäftsmodell Kino?

Heute bleiben eher die jüngeren Gäste weg, aber dafür kommen die Älteren zurück, die



den Reiz des Kinos wiederentdecken. Deshalb werden in letzter Zeit mehr Kinos auf die Bedürfnisse des erwachsenen Publikums umgestellt. Multiplexe, die überleben wollen, müssen in Service, Qualität und Technik investieren.

Netflix und Co. haben zwar einen starken Einfluss, aber ich glaube daran, dass Kino langfristig eine Berechtigung behalten wird.

Was war rückblickend der für Sie wichtigste unternehmerische Erfolg?

Die Gründung der CinemaxX und der Börsengang. Wir hatten damals zeitweise eine Bewertung von 500 Mio. Mark. Heute machen wir zwischen 40 und 50 Mio. Euro Umsatz. Nach dem Abstieg wieder neu anzufangen, war auch eine große Herausforderung.

Sie haben in Ihrem Unternehmerleben sehr viel erreicht. Was sind Ihrer Ansicht nach die wichtigsten Voraussetzungen für den Erfolg als Unternehmer?

Vier Zutaten: 1. Sehr diszipliniert arbeiten. 2. Ziele setzen, die man erreichen möchte und diese konsequent verfolgen. 3. Glück haben, die richtigen Entscheidungen zu treffen und 4. Mitarbeiter, die kreativ, engagiert und loyal mitarbeiten.



Worin sehen Sie kommende Innovationen im Kinomarkt?

Wir arbeiten derzeit an einem Verfahren, um im selben Kinosaal einen Film sowohl in Deutsch als auch in englischer Sprache zu zeigen. Mit einem Kopfhörer, bei dem man die Sprache wählen kann und dennoch den Raumklang erlebt. Das wird eine neue Attraktion, denn es gibt ein großes Publikum, das Filme gerne in ihren Originalfassungen erlebt.

Was kommt als nächstes für den Unternehmer Hans-Joachim Flebbe?

„Nicht mehr viel“, sagt er und stapelt damit tief, denn in Kürze eröffnet er in Frankfurt seine nächste ASTOR Film Lounge.



hallo, bin grad ✈️, deshalb nur ☕: !wenn 🤝

mehr 🔄 hamburgs 👍 ☕ - 🏢 - 📢 PLING! 🧠 willst,

► dann 🚶 ➡ : king-bean.de!!! 📱 ❤️ ...

Qualitätsanspruch Volksbanking



Bei Genossenschaftsbanken ist ein erweiterter Leistungsanspruch per Gesetz definiert: die wirtschaftliche und soziale Förderung ihrer Mitglieder. Dazu gehört die qualifizierte individuelle Beratung im Firmenkundengeschäft. Außerdem verpflichtet dies, sich neuen Anforderungen in einem laufenden Prozess zu stellen und seinen Kunden gewünschte digitale Möglichkeiten zu bieten – selbstverständlich ebenfalls in bester Qualität.



Premium im Banking? Individualität und Expertise!

Die persönliche, hochqualifizierte Beratung ist und bleibt von zentraler Bedeutung, wenn es um die individuellen und umfangreichen Firmenanforderungen geht. Im Mittelpunkt steht deshalb bevorzugt:

- Betreuung durch einen Relationship-Manager als ersten Ansprechpartner und Koordinator für alle Kundenbelange
- zusätzliche Expertise durch ein zentrales Spezialistenteam und aus dem Netzwerk der Genossenschaftlichen FinanzGruppe
- individuell auf die jeweiligen Belange abgestimmte Finanzierungskonzepte
- schnelle gewerbliche Finanzierungsumsetzung
- regelmäßige Finanzplangespräche auf Augenhöhe mit einer Finanzübersicht, die Ziele und Wünsche sowie Pläne und Vorhaben zusammenfasst. Sie dokumentiert die finanzielle Situation und die Entwicklungsmöglichkeiten des Unternehmens.

Ein omnikanales Angebot für beste Kundenbeziehungen

Um nachhaltig und zeitgemäß Premiumqualität liefern zu können, muss das persönliche Beratungsangebot in einem laufenden Managementprozess um ein omnikanales Angebot ergänzt werden. Dies beinhaltet idealerweise digitale Unterstützungs- und Servicemöglichkeiten, intelligente Technik sowie schnellere Prozesse zur Vereinfachung und Beschleunigung der Abläufe:

- Ein breites Angebot an Kontaktwegen ohne Medienbrüche (online, per Mail oder Telefon), um eigenständig einfache Bankangelegenheiten erledigen zu können. Mit Hamburger Volksbank Di@log bieten wir eine digital-persönliche Einheit, die diese geänderten Kundenanforderungen erfüllt.
- Die digitalen Weiterentwicklungen unserer Kundenbeziehungen wirken sich ebenso auf unsere internen Bereiche aus. Durch eine permanente Prozessoptimierung werden Bearbeitungswege optimiert und papierlose Abwicklung vorangetrieben.
- Gut geschulte und digital mit einem iPad ausgestattete Mitarbeiter. Der Berater hat auch außer Haus Zugriff auf alle wesentlichen Systeme und Dateien für die Firmenkundenbetreuung. Dies ermöglicht einen schnellen papierlosen Unterlagenaustausch direkt im Beratungstermin oder die gemeinsame Sichtung und Bearbeitung von Unterlagen, die dem Kunden unmittelbar auf digitalem Weg zur Verfügung gestellt werden können.

Fazit:

Persönlich und digital, schnell und kompetent, alles aus einer Hand mit einheitlichen und durchgängigen Prozessen: „Premium“ ist für die genossenschaftliche Firmenkundenberatung täglicher Anspruch, Herausforderung und Potenzial für die Zukunft. Wann und wieviel digitale Unterstützung für die Erledigung der Bankgeschäfte gewünscht wird, entscheidet der Unternehmer individuell nach seinen aktuellen Belangen und seiner grundsätzlichen Ausrichtung. Mit einem Omnikanalangebot bieten wir flexible Auswahlmöglichkeiten für den zukunftsorientierten Mittelstand, um alle Themen rund um die Finanzen immer und überall im Blick zu behalten.



Steffen Wüsthof,
Bereichsleiter Firmenkunden
der Hamburger Volksbank

INFO

Als Bank vor Ort kennt die Hamburger Volksbank 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 seit 158 Jahren nachhaltige Erfolge und verfügt über stabile Wachstumsspielräume für die Investitionsvorhaben ihrer Kunden und Mitglieder. Ihre expansive Strategie setzt die Bank im Geschäftsjahr 2019 im Ausbau des Kreditgeschäfts erfolgreich fort.

www.hamburger-volksbank.de

Pressekontakt:
Heidi Melis
Hamburger Volksbank
Hammerbrookstraße 63-65
20097 Hamburg
Tel.: 040 – 30 91 – 90 49
E-Mail:
heidi.melis@hamvoba.de
www.hamburger-volksbank.de

IM PORTRÄT

Luxus auf vier Rädern

Kunterbunte Traumwagen für Sammler und Autoverrückte

Mitten in Hammerbrook an der vielbefahrenen Eiffestraße liegt der 2017 gegründete Showroom des Premium-Autohandels David Finest Sport Cars. Hier ist der Name Programm. Die Verkaufsfläche ist bis auf den letzten Zentimeter mit Luxusfahrzeugen aller Marken bestückt. Lamborghini, Porsche, Ferrari – alles was Rang und Namen hat ist hier zu finden. Der Hamburger Unternehmer lässt sich vom Firmengründer Benjamin David die automobilen Schätze zeigen.



„Die Fläche wird langsam etwas klein. In unserer Tiefgarage haben wir noch weitere Fahrzeuge, die hier einfach keinen Platz mehr finden“, schildert Benjamin David.

Wie kommt man als Gründer auf die Idee, mit Gebrauchtwagen im Luxussegment zu handeln?

„Zum einen durch die Liebe zum Automobil und zum anderen muss man auch ein bisschen verrückt sein.“ David lacht und zeigt uns seine neueste Errungenschaft. Kein Auto – ein Motorrad. „Das ist eines der wenigen Originalmotorräder aus Jurassic Park Teil 1. Damit wurden schon Dinos gejagt. Ich habe das Motorrad in Italien gefunden, jetzt wird es originalgetreu in Stand gesetzt und findet sicher schnell einen neuen Liebhaber.“

Nach der Ausbildung zum Automobilkaufmann in Hamburg hat David bei verschiedenen großen Autohändlern gearbeitet. Zuletzt bei Porsche. Mit einigen Jahren Berufserfahrung und unzähligen Verkäufen kam die Idee zum eigenen Autohandel, berichtet David. „Gerade dieses Segment ist unglaublich spannend. Auch die Kunden könnten unterschiedlicher nicht sein. Wir haben hier an Emotionen schon alles erlebt.“

Ihre Kunden lieben den Luxus und das Außergewöhnliche. Wie werden die Kunden auf Sie aufmerksam?

„Autos sind grundsätzlich ein emotionales Thema. Teils sind unsere Kunden langjährige Sammler, teils erfüllen sich die Käufer einen Kindheitstraum. Auch rein spekulative Gründe können zum Kauf bewegen. Wir haben in diesem Markt eine Nische gefunden und sind auf PTS – Paint To Sample-Modelle spezialisiert. Übersetzt heißt das, wir decken den Bereich der Sonderfarbmodelle ab.“

Wir stehen vor einem froschgrünen Porsche GT2 RS. „Diese Farbe heißt Acidgrün und wurde nur dreimal ausgeliefert. Neben den Besonderheiten der Farbe bringen einige Stücke auch eine spannende Historie mit. Leider landen die Fahrzeuge nach dem Kauf viel zu oft in Sammlungen und werden nur selten bewegt. Man sollte die Autos fahren und nicht einfach sammeln und wegstellen. Die Autos leben vom Fahren.“

Wir setzen uns in einen roten Lamborghini Diabolo. „Das Design dieses Autos ist einfach sensationell, aber es ist nahezu unmöglich dieses Auto zu fahren“, berichtet Benjamin David, „aufgrund der breiten Reifen wurde das Gaspedal weiter nach rechts gesetzt. Aus heutiger Sicht unfassbar. Um dieses Auto zu fahren, sollte man nicht größer als 1,70 m sein.“ Stimmt – wir kommen nicht mal ansatzweise an das Gaspedal.

Man sollte die Autos fahren und nicht einfach sammeln und wegstellen.





Direkt neben dem Lamborghini steht ein altes Mercedes 300 SL Cabrio. „Dieses Auto ist wirklich ein Schmuckstück – es stammt aus dem Jahr 1958 und der Erstbesitzer war die Firma Gruner und Sohn. Aus diesem Unternehmen ist heute eines der größten Verlagshäuser des Landes hervorgegangen.“ Vorsichtig setzen wir uns in den Wagen. Der Geruch der Sitzpolster erinnert an einen Heinz-Erhardt-Film. Unsere Smartphones wirken in diesem Auto wie Fremdkörper aus einer fernen Zukunft. Was kostet dieses Traumauto, wollen wir wissen. „Ca. 1 Million Euro – das ist auch eines unserer seltensten Stücke.“ Dieser Traum muss bei uns wohl noch etwas warten.

Wie lange dauert es eines der Autos zu verkaufen?

„Das kann schon mal schnell gehen. Gerade bei Sondermodellen gibt es oft nur wenige Fahrzeuge und diese kommen selten auf den Markt. Sammler suchen oft weltweit nach diesen Besonderheiten. Daher bekommen wir auch nicht jeden Kunden zu sehen. Nach dem Kauf werden die Autos oft direkt verladen und bei unseren Kunden angeliefert.“



Was war bisher ihr spannendster Verkauf?

„Das ist schwer zu sagen. Jedes Fahrzeug hat seine eigene Geschichte. Wir haben jedoch kurz nach der Gründung einen Porsche 935 Rennwagen samt LKW verkauft. Das passiert wirklich nicht alle Tage.“

Das Unternehmen wurde 2017 gegründet und ist somit noch taufisch – wie geht es weiter?

„Wir möchten bald umziehen und haben dafür auch schon einen neuen Standort gefunden. Leider platzen wir hier aus allen Nähten und die Fahrzeuge brauchen einfach mehr Platz. An unserem neuen Standort wollen wir die Autos erlebbar machen, sodass dieser Ort auch eine Begegnungsstätte für Autoliebhaber wird. Mit Café und Service für historische Fahrzeuge.“ Klingt einladend – wir werden kommen.



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

RÜCKBLICK

Gänsehaut bei den Familienunternehmer-Tagen am 9./10. Mai 2019 in Berlin

Jubiläum 70 Jahre DIE FAMILIENUNTERNEHMER



CDU-Chefin Annegret Kramp-Karrenbauer war überraschend erkrankt und hatte zum Auftakt der Familienunternehmer-Tage spontan ihren Generalsekretär Paul Ziemeck gesandt. Der köderte mit Witz die Sympathien der 800 Jubiläumsgäste: „Die letzten Wochen hieß es ja immer: Wer ist eingeladen, wer nicht? Heute Morgen wussten weder Sie noch ich, dass ich zwar nicht eingeladen bin, aber trotzdem hier rede!“



Herzlichen Glückwunsch!

50

50 Jahre Mitgliedschaft

Joachim Berg
Jürgen E. Habertag

40

40 Jahre Mitgliedschaft

Guido Steinhoff
Karl-Heinz Ramke

30

30 Jahre Mitgliedschaft

Rainer Blinckmann
Claudia Tauss
Thimo Rauchhaupt

Die Basis von 70 Jahren Verbandsarbeit erklärte Reinhold von Eben-Worlée, Präsident der Familienunternehmer, mit dem Familienunternehmer-Prinzip: „Wer selbstbewusst ist, braucht keinen Protektionismus, sondern setzt auf die unglaubliche Kraft des Wettbewerbs.“ Sowohl Bundeskartellamtspräsident Andreas Mundt als auch CDU-/CSU-Fraktionschef Ralph Brinkhaus untermauerten diese Kraft. Regelrecht spüren konnte sie jeder im Saal mit Gänsehauteffekt bei der Dolby-Surround-Vorführung des Imagefilms „Das WIR in Wirtschaft“. Gerade noch rechtzeitig und mit Charme trennte ZDF-Moderatorin Gundula Gause den enthusiastisch moderne Mobilität preisenden Bundesminister für Verkehr und Infrastruktur, Andreas Scheuer und das eifrig fragende Publikum. Ansonsten hätten die Gäste ihren Boxenstopp im Hotel vor der Jubiläumsgala kaum noch geschafft.



Die Gala fand im Motorenwerk Weißensee, wo einst die Generatoren für Zeppeline gebaut wurden, einen wunderbaren Rahmen. Wo auch sonst wäre Feiern bis weit in den Morgen für Unternehmerinnen und Unternehmer angemessener, als in einer ehemaligen Fabrik?



Am Tag Zwei – erneut vor komplett gefüllten Reihen – dankte Andrea Nahles den Familienunternehmern für deren große Fairness. Denn als die damalige Bundesvorsitzende und Fraktionschefin der SPD ins Mikro rief: „Mit uns wird es jetzt keine Unternehmenssteuerreform geben“, buhten die Unternehmer nicht. Stattdessen schwiegen sie eindrucksvoll. Nahles reagierte mit Humor: „Mit Applaus habe ich hierfür hier auch nicht gerechnet.“ Den erntete Professor Herfried Münkler für seinen bemerkenswerten Vortrag über Deutschlands neue Aufgaben in Europa. Zum „eindeutigen Applauskönig beider Familienunternehmer-Tage“ aber kürte Gundula Gause den Bundesvorsitzenden und Fraktionschef der FDP, Christian Lindner, der als Redner des Tages ebenfalls begeisterte.



Fotos:
Anne Großmann

Weitere Bilder unter:
www.familienunternehmer.eu



Der neue Imagefilm:
<http://bit.ly/Imagefilm70Jahre>

NORDSTORY

Holsteiner Familienunternehmer stellen sich vor

Dirk Schneider ist Gründer der Firma Azafran GmbH. Die Firma leitet er zusammen mit seiner Frau Josephina Heck in Klein Offenseth-Sparrieshoop. Seit 2011 steht „Azafran“ sowie seine Zweitmarke „Charlottes Finest“ für hochwertige Gewürze, Tee und Superfoods, welche hauptsächlich im Direktvertrieb über das Internet angeboten werden.

Über den Befragten



Dirk Schneider

INFO

Unternehmen:
Azafran GmbH

Gründungsjahr:
2011

Sitz:
Klein Offenseth-Sparrieshoop

Schwerpunkt:
Wir vertreiben hochwertige Gewürze, Tee und Superfoods im Direktvertrieb über das Internet an Endverbraucher.

www.azafran.de

1 Welches Thema beschäftigt Sie als Unternehmer derzeit am meisten?

Dirk Schneider: In der heutigen schnelllebigen Zeit sind wir als Unternehmer viel damit beschäftigt, uns den immer wieder veränderten Rahmenbedingungen am Markt anzupassen. Die neuen Herausforderungen stellen sich z.B. im Online-Marketing, aber auch in Sachen Personal und Mitarbeiterführung.

2 Man könnte Familienunternehmer als die Premium-Kategorie der Arbeitgeber sehen. Welche Haltung würden Sie sich von Seiten der Politik wünschen? Und welche Maßnahmen gingen damit einher?

Schneider: Wir würden uns von Seiten der Politik bessere Rahmenbedingungen wünschen. Auch heute noch gibt es zu viele Grauzonen in unserem Bereich. Geschäftsmodelle wie den „Abmahnanwalt“ und bürokratische Hürden wie z.B. die DSGVO hemmen unseren Produktionsstandort in Deutschland und man muss sich am Ende nicht wundern, wenn das nächste „Unicorn“ eines deutschen Gründers im Ausland entsteht.

3 Was macht Gewürze zu Premium-Gewürzen und wieso sind die heute so gefragt?

Schneider: Gewürze sind nicht gleich Gewürze. Hier gibt es große Unterschiede beispielsweise in der Frische und Geschmacksintensität der Ware. Abgelagerte ältere Gewürze haben in der Regel weniger Geschmack und Duft als Gewürze, die frisch geerntet in den schnellen Versand gebracht werden und zeitnah beim Kunden im Gewürzregal landen. Unsere Produkte sind in speziellen Aromabeuteln luftdicht verpackt. Wir können dem Kunden aufgrund dieser Verpackung ein hohes Maß an Frische, Qualität und Aroma bieten und dem Begriff „Premium Gewürze“ zu 100 Prozent gerecht werden. Um möglichst lange frische und aromatische Gewürze zu genießen, sollten Gewürze am besten vor UV-Licht geschützt und luftdicht verpackt sein.

Das Qualitätsbewusstsein der Menschen heutzutage verändert sich zunehmend und immer mehr Menschen legen beim Einkaufen Wert auf hochwertige Lebensmittel.



4 Früher assoziierte man Premium mit „kostbar und luxuriös“. Heute scheint auch „Bio“ und „Superfood“ Premium zu sein. Welche Veränderung des Zeitgeistes sehen Sie?

Schneider: Bio muss meiner Meinung nach nicht unbedingt Premium sein. Auch im Bio-Bereich gibt es viele schwarze Schafe und z.B. mit Pestizid oder Schimmel belastete Ware. Ich würde auch heute noch den Begriff „Premium“ mit „kostbar und luxuriös“ oder einfach „hochwertig und frisch“ assoziieren.

5 Was schätzen Sie am Norden und seinen Menschen?

Schneider: Der Norden hat gerade im Handel einen hohen Stellenwert. Hier zählt die Kaufmannshand und auch die Treue der Menschen, die miteinander Handel betreiben. Ich selber sehe mich auch als guten hanseatischen Kaufmann. Dazu haben wir mit dem Hafen in Hamburg das Tor zur Welt. Nicht umsonst ist Hamburg bei Gewürzen und auch Tee immer noch einer der größten Handelsplätze.

6 Sich selbst wichtig nehmen, sich etwas Gutes gönnen – wo tun Sie das privat?

Schneider: Wir verbringen viel Zeit mit unserer kleinen Tochter Charlotte, reisen gerne und gehen unserer gemeinsamen Leidenschaft als „Gourmets“ in unserer heimischen Küche nach.

„Ein Essen ohne Gewürze, ist wie ein Sommer ohne Erdbeeren.“ Freies Zitat von Josephina

„Ein Essen ohne Gewürze, ist wie ein Sommer ohne Erdbeeren.“

Urteile, die Sie kennen sollten



Arbeitsrecht

Europäische Mitgliedsstaaten müssen Arbeitgeber zur systematischen Arbeitszeiterfassung verpflichten

(EuGH, Urt. v. 14.05.2019, C-55/18)

Das Problem Nach Ansicht des Europäischen Gerichtshofs (EuGH, Urt. v. 14.05.2019, C-55/18) verlangen der Schutz des Arbeitnehmers und die EU-Arbeitszeit-Richtlinie (2003/88/EG) von Arbeitgebern, ein System zur umfassenden Erfassung der täglichen effektiv geleisteten Arbeitszeit zu schaffen.

Die Entscheidung Der EuGH bestätigt, dass die EU-Grundrechtecharta und die Arbeitszeitrichtlinie 2003/88/EG eine systematische Arbeitszeiterfassung durch den Arbeitgeber gebieten. Die bloße Erfassung geleisteter Überstunden sowie die monatliche Übermittlung der geleisteten Überstundenzahl reichen hierfür nicht aus. Arbeitgeber müssen dazu verpflichtet werden, zur Erfassung der indi-

viduell geleisteten Arbeitszeit ein System einzurichten, welches objektiv, verlässlich und zugänglich ist.

Folgen für die Praxis Der nationale Gesetzgeber muss nun Regelungen einführen, durch welche die Arbeitgeber verpflichtet werden, ein System zu implementieren, das die tatsächlich geleistete tägliche Arbeitszeit umfassend erfasst. Eine umfassende Arbeitszeiterfassung sieht das deutsche ArbZG bisher nicht vor. Praktische Relevanz entfaltet das Urteil insbesondere für Tätigkeiten mit Gleitzeitregelungen und Vertrauensarbeitszeit, aber auch für in Betriebsvereinbarungen geregelte Zeiterfassungssysteme. Bis zur Anpassung der entsprechenden Regelungen durch den Gesetzgeber bleibt noch abzuwarten, inwieweit deutsche Arbeitsschutzbehörden, im Rahmen der EuGH-Entscheidung, von Arbeitgebern, die noch kein umfassendes System zur Erfassung der täglichen Arbeitszeit haben, verlangen werden, entsprechende Maßnahmen der umfassenden Zeiterfassung zu treffen. Die Befugnis, solche Maßnahmen im Einzelfall anzuordnen, haben Arbeitsschutzbehörden bereits (§ 17 ArbZG).

Gesellschaftsrecht

Fallstricke bei Geschäftsverteilung bzw. Ressortaufteilung in der Geschäftsführung einer GmbH

(BGH, Urteil vom 06.11.2018 – II ZR 11/17)

Das Problem Die Aufteilung von Geschäftsbereichen in der Geschäftsführung, z.B. in die Bereiche Finanzen, Vertrieb, Produktion etc., ist in vielen Unternehmen gelebte Praxis. Die Geschäftsführer können sich so vorrangig auf ihren Zuständigkeitsbereich konzentrieren und ihre Pflichten entsprechend abgrenzen.

Für die GmbH war bislang jedoch nicht eindeutig geklärt, unter welchen Voraussetzungen eine Ressortaufteilung als wirksam angesehen werden und somit zur gewünschten Abgrenzung der Geschäftsführerpflichten führen kann.

Die Rechtsprechung Der BGH stellt nunmehr klar, dass eine Ressortaufteilung grundsätzlich zulässig ist. Eine wirksame Aufteilung

setzt allerdings eine klare und eindeutige Abgrenzung der jeweiligen Zuständigkeiten durch eine einvernehmliche Aufgabenzuweisung voraus, die gewährleistet, dass sämtliche Geschäftsführungsaufgaben vollumfänglich durch fachlich und persönlich geeignete Personen wahrgenommen werden. Eine schriftliche Fixierung der Aufgabenzuweisung ist nicht zwingend erforderlich, dürfte sich jedoch zur Dokumentation empfehlen.

Die Geschäftsführer sind zudem verpflichtet, die Tätigkeit der Mitgeschäftsführer zu überwachen. Bestimmte Kernaufgaben, z.B. die Insolvenzantrags- und Masseerhaltungspflicht, müssen zudem stets im Verantwortungsbereich aller Geschäftsführer verbleiben.

Unsere Praxisempfehlung Geschäftsführer einer GmbH sollten darauf achten, dass die von ihnen untereinander getroffene interne Ressortaufteilung den vom BGH aufgestellten inhaltlichen Anforderungen genügt. Ist dies der Fall, sind sie primär für ihr Ressort verantwortlich. Gleichzeitig müssen sie jedoch auch die Tätigkeit der Mitgeschäftsführer überwachen und sich durch Einholung von Informationen laufend ein eigenes Bild zur Lage der Gesellschaft verschaffen.

Der AUTOR



Dr. Theofanis Tacou, LL.M. ist Rechtsanwalt und Manager bei der KPMG Law Rechtsanwalts-gesellschaft mbH in Hamburg. Seit mehreren Jahren berät er Familienunternehmen und deren Gesellschafter in allen Bereichen des Arbeits- und Sozialversicherungsrechts, insbesondere bei Umstrukturierungen und bei Unternehmenstransaktionen.



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

Urteile, die Sie kennen sollten

Arbeitsrecht

Kann nicht beantragter Urlaub ersatzlos verfallen?

Das Problem Mitunter kommt es vor, dass Mitarbeiter ihren Urlaub im laufenden Jahr nicht vollständig beantragt haben. Doch was passiert dann mit dem zustehenden Urlaub? Verfällt er zum Jahresende ersatzlos oder besteht er einfach im neuen Jahr fort?

Die Rechtsprechung Die Regelungen des Bundesurlaubgesetzes sind eindeutig: Der Urlaub muss grundsätzlich im laufenden Kalenderjahr genommen werden, ansonsten verfällt er zum Ende des Jahres. Eine Übertragung ins nächste Jahr kann zwar vorgenommen werden, allerdings nur bei Vorliegen besonderer Gründe und höchstens bis zum 31. März des Folgejahres.

Dieser über Jahrzehnte im deutschen Arbeitsrecht verankerten Praxis hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) jüngst mit zwei Urteilen Einhalt geboten. Nach Auffassung der Richter am EuGH darf ein Arbeitnehmer seinen erworbenen Anspruch auf bezahlten Urlaub

nämlich nicht allein deshalb verlieren, weil er keinen Urlaub beantragt hat. Allerdings gelte dies nur dann, wenn der Arbeitgeber den Arbeitnehmer nicht über den verbleibenden Jahresurlaub informiert hat. Weist der Arbeitgeber hingegen nach, dass der Arbeitnehmer aus freien Stücken und in voller Kenntnis der Sachlage darauf verzichtet hat, seinen bezahlten Jahresurlaub zu nehmen, stehe das Unionsrecht dem Verlust des Urlaubs nicht entgegen.

In Anbetracht dieses zwingenden Charakters des Rechts auf bezahlten Jahresurlaub ist der Arbeitgeber verpflichtet, konkret und in völliger Transparenz dafür zu sorgen, dass der Arbeitnehmer tatsächlich in der Lage ist, seinen bezahlten Jahresurlaub zu nehmen, indem er ihn – erforderlichenfalls förmlich – auffordert, dies zu tun.

Unsere Praxisempfehlung In Zukunft müssen Unternehmen aktiv dafür Sorge tragen, dass der den Mitarbeitern zustehende Urlaub auch genommen wird. Es muss dokumentiert werden, dass der Arbeitnehmer aufgefordert wurde, seinen Urlaub zu beantragen und dass auf einen möglichen Verfall des Urlaubs hingewiesen wurde. Andernfalls verfällt der Urlaub nach dem 31. März des Folgejahres nicht, sondern besteht uneingeschränkt fort.

Arbeitsrecht

Bei unbezahltem Sonderurlaub entsteht kein gesetzlicher Urlaubsanspruch

Das Problem Eine Arbeitnehmerin, die seit dem 1. Juni 1991 bei ihrer Arbeitgeberin beschäftigt war, klagte vor dem Arbeitsgericht: Wunschgemäß gewährte die Arbeitgeberin ihr in der Zeit vom 1. September 2013 bis zum 31. August 2014 unbezahlten Sonderurlaub, der einvernehmlich bis zum 31. August 2015 verlängert wurde. Nach Beendigung des Sonderurlaubs verlangte die Arbeitnehmerin von der Arbeitgeberin, ihr den gesetzlichen Mindesturlaub von 20 Arbeitstagen für das Jahr 2014 zu gewähren. Nachdem die Arbeitgeberin die Gewährung ablehnte, klagte die Arbeitnehmerin vor dem Arbeitsgericht – erfolglos.

Die Rechtsprechung Das Bundesarbeitsgericht (BAG) hat jüngst entschieden (Urteil vom 19. März 2019, Az.: 9 AZR 315/17), dass dem Arbeitnehmer, der für ein Kalenderjahr durchgehend unbezahlten Sonderurlaub nimmt, mangels einer Arbeitspflicht während dieser Zeit der Anspruch auf Erholungsurlaub nicht entsteht. Mit diesem Urteil hat das BAG eine Kehrtwende in seiner Rechtsprechung vorgenommen.

Grundsätzlich ist der Anspruch auf den gesetzlichen Mindesturlaub in § 3 Abs. 1 BUrlG geregelt und richtet sich nach dem maßgeblichen Arbeitsrhythmus.

Danach besteht ein Anspruch auf 20 Urlaubstage, wenn der Arbeitnehmer an fünf Tagen pro Woche arbeitet. Verrichtet der Arbeitnehmer an sechs Tagen pro Woche seine Arbeit, hat er einen Anspruch auf 24 Tage Urlaub. Die Anzahl der Urlaubstage verringert sich entsprechend, wenn sich die Arbeitszeit auf weniger Tage in der Kalenderwoche verteilt.

Unsere Praxisempfehlung Unsere Praxisempfehlung: Das Urteil des Bundesarbeitsgerichts ist nicht auf alle Fälle des ruhenden Arbeitsverhältnisses anzuwenden. Die Besonderheit liegt darin, dass der Sonderurlaub zwischen den Vertragspartnern vereinbart war und die Hauptleistungspflichten einvernehmlich ausgesetzt waren. Auf die Elternzeit oder die Langzeiterkrankung gelten andere Besonderheiten, wie die Kürzungsmöglichkeit aus § 17 Abs. 1 BEEG oder die Verfallfrist des Urlaubs nach Ablauf von 15 Monaten Arbeitsunfähigkeit.

Über die AUTORIN



Janine Fazelly ist Leiterin der Rechtsabteilung und Rechtsanwältin beim AGA Unternehmensverband



Urteile, die Sie kennen sollten

Arbeitsrecht

Liebe und Beziehungen am Arbeitsplatz

Das Problem Der Mensch verbringt viel Zeit bei der Arbeit. Da ist es nicht ungewöhnlich, dass er auch dort seine Liebe findet. Ob zwischen Kollegen oder Vorgesetzten und Mitarbeitern, Liebe am Arbeitsplatz wirft verschiedene arbeitsrechtliche Fragen auf.

Die Rechtsprechung Der Arbeitgeber kann eine Beziehung am Arbeitsplatz nicht verbieten. Ein solches Verbot verstößt gegen das Grundgesetz. Dies stellte das Landesarbeitsgericht Düsseldorf bereits 2005 mit seiner Entscheidung fest (Urteil vom 14.11.05, Az.: 10 TaBV 46/05). In dem Fall ging es um die amerikanische Supermarktkette Wal-Mart, die in ihren Filialen in Deutschland ihre von der amerikanischen Muttergesell-

schaft erarbeiteten Ethik-Richtlinien einführen wollte. Im Rahmen der Auseinandersetzung um die Mitbestimmungsrechte des Gesamtbetriebsrats ging es unter anderem um die folgende Regelung: „Sie dürfen nicht mit jemanden ausgehen oder in eine Liebesbeziehung mit jemanden treten, wenn Sie die Arbeitsbedingungen dieser Person beeinflussen können, oder der Mitarbeiter Ihre Arbeitsbedingungen beeinflussen kann.“ Diese Regelung sei von vornherein wegen des Verstoßes gegen Artikel 1 und 2 des Grundgesetzes unwirksam, so das Landesarbeitsgericht. Auch wenn die Beziehung also erlaubt ist: private E-Mails oder SMS gehören nicht in die Arbeitszeit.

Wenn sich das Liebesverhalten auf die Arbeitsleistung auswirkt, hat der Arbeitgeber die Möglichkeit einzugreifen, bis hin zur Erteilung einer Abmahnung. Dies gilt auch für körperliche Intimität und Beziehungsstreitigkeiten.

Auch dies kann der Arbeitgeber unterbinden. Verstöße gegen klare Anweisungen oder Verbote können unter Umständen auch eine Kündigung rechtfertigen.

Unsere Praxisempfehlung Da sich private Beziehungen in der Regel immer in irgendeiner Form auf die Zusammenarbeit auswirken, kann der Arbeitgeber durchaus ein berechtigtes Interesse an einer räumlichen oder organisatorischen Trennung des Paares haben. Im Rahmen seines Direktionsrechts hat der Arbeitgeber auch die Möglichkeit, eine solche Versetzung auszusprechen. Wichtig ist, dass er dabei die hierfür rechtlichen Rahmenbedingungen einhält.

SCHNELLER AUF 180 ALS EIN CHOLERIKER!

Aston Martin
V8 Vantage
240,- / Tag
200 km frei



Den neuen Aston Martin Vantage
bei STARCAR günstig mieten:
0180/55 44 555*

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

STARCAR

Autovermietung

KÜNSTLER HAUTNAH

Das Werk des in Hamburg lebenden Künstlers **Manfred Holtfrerich** ist ebenso facettenreich wie die Künstlerpersönlichkeit dahinter. Die eingehendere Beschäftigung lohnt sich jedoch über die Maßen, denn hinter seinem ästhetischen Werk verbirgt sich eine bemerkenswerte konzeptionelle Klarheit. Trifft man den Maler, Bildhauer sowie Kunst- und Designsammler in seinem Atelier in der Schanze, prescht er gerne in einem intellektuellen Dreisprung über die Ästhetiktheorien von Heidegger und Adorno zur Offensichtlichkeit und Leichtigkeit seines eigenen Schaffens. Verlässt man seine Wirkstätte wieder, scheint es auf einmal so simpel und seine Worte klingen nach: „Ein Kunstwerk muss sich als solches dem Betrachter offenbaren.“

"Jedes Kunstwerk sagt, ,verwechsle mich nicht', ist also einzig."

Ateliergespräch mit Manfred Holtfrerich

von Rene S. Spiegelberger

René S. Spiegelberger: *Bei der Betrachtung deiner Bilder oder Skulpturen vermutet man sich häufig im Zwischenraum von Bild und Objekt. Du brichst hier mit tradierten Sehgewohnheiten. Joachim Kreibohm beschrieb dieses Phänomen so: „Mal überwiegt das Bildhafte der Objekte, mal das Objekthafte der Bilder. So will der dreidimensionale Gegenstand als Bild betrachtet werden, die zweidimensionale Fläche verlangt dreidimensionale Aufmerksamkeit.“ Kann man also sagen, dass deine Arbeit in der Betrachtung die Wahrnehmung der zweiten und dritten Dimension verkehrt?*

Manfred Holtfrerich: Nein, aber es sind immer auch Gegenstände, Dinge, mit denen ich zu tun habe. Auch Bilder sind zuerst einmal flache, begrenzte Objekte, als die ich sie betrachte. Die Wandobjekte sind Körper mit Oberflächen, beide Teile als strukturelle Elemente verlangen Beachtung. Es gibt keine „unbearbeiteten Stellen“ in der Kunst. Alle Teile sind Teile eines Ganzen und insofern wichtig.



"Bilder sind zuerst einmal flache, begrenzte Objekte, als die ich sie betrachte."

Deine Werke erfreuen sich häufig eines beschreibenden Titels, wie beispielsweise ‚Chinesische Kanne‘, ‚Porträt‘ (Blume) oder ‚Bilder mit rotem Rand‘. Geht es dir hierbei vornehmlich um die Sachlichkeit in der Beschreibung?

MF: Ja, es geht um die genaue Beschreibung dessen, was wesentlich ist für die Arbeit. Die Titel sollen nicht auf Emotionen hindeuten, diese entstehen beim Betrachter, wenn er die Arbeiten als Kunstwerke wahrnimmt.



Hüttenarbeiter, Mühlenbilder, Kannen-Objekte oder auch Blätter sind völlig unterschiedliche Werkzyklen mit nicht vergleichbaren Techniken. Was eint diese konzeptionell?

MF: Die Herangehensweise, mein Zugriff. Mich mit dem zu befassen, was da ist. Auf die Dinge so zu reagieren, wie sie mir begegnen und wozu sie mich anregen entsprechend ihres Zustands und Ausdrucks, des materiellen wie des inhaltlichen. Bei der chinesischen Teekanne war es z.B. die vollkommene, sehr alte Form, die ich nicht verändert habe, sondern nur soweit vergrößert, dass sie ihren Gebrauchswert verliert und ihren skulpturalen Charakter betont. Bei den Hüttenarbeitern, Titel „Figurenbilder“, war es das „Sich zeigen“ der Figuren im Bild als Bild, also der Zusammenhang von Motiv, Abbild und Bild, der mich beschäftigt hat.

Neben dieser Objekthaftigkeit in deinen Bildern meine ich nicht zuletzt durch deine Farbwahl eine Verwandtschaft zu deinem ehemaligen Professor Franz Erhard Walther zu erkennen. Orange, Rot, Gelb. Wie nachhaltig hat Walther dein Werk insbesondere beim Objektverständnis, beeinflusst?

MF: In meinem Interesse an dem Strukturellen von Kunst, bei meiner Arbeit mit Dingen und dem künstlerischen Zugriff darauf hat er mich immer bestärkt. Ich habe mich von ihm immer verstanden gefühlt. Das war das Wichtigste.



Deiner aktuell erschienen Werkmonographie Blätter stellst du dieses Adorno-Zitat voran „Natur hat ihre Schönheit daran, dass sie mehr zu sagen scheint, als sie ist. Dieses Mehr seiner Kontingenz zu entreißen, seines Scheins mächtig zu werden, als Schein ihn selbst zu bestimmen, als unwirklich auch zu negieren, das ist die Idee von Kunst.“ Wenn wir Adorno hierbei folgen, sind dann die Natur und die Kunst in ihrer jeweils höchsten Form gleichzusetzen?

MF: Kunst vermittelt den Ausdruck des Stimmgigen, des Absoluten, des objektiv Richtigen. Natur ist „An sich“, also Materie/Gegebenheit und richtig aus sich heraus. Natur ist, Kunst hat richtig zu sein, aber als ein Geistiges. Adorno antwortet darauf mit „ästhetische Objektivität ist die Widerspiegelung des Ansichseins der Natur.“



Viele sehen deine Herbstblätter als eine Art Markenkern. Mit absoluter Perfektion gibst du die Natur wieder, sprichst ihr nichts ab, aber dchtest bei der Wiedergabe auf dem Papier auch nichts dazu. Wie findet hierbei dein künstlerischer Ausdruck statt?

MF: In der Arbeit als Ganzes: In der Konzeption, im Machen, in der Vergegenwärtigung dessen, was ich vor mir habe. Durch die Transformation des Blattes in Kunst, also durch künstlerisches Tun, zeigt sich dieser Gegenstand neu und anders als der wirkliche. Er ist „Mehr“. Gadamer sagt, dass im Kunstwerk nicht nur auf etwas verwiesen ist, sondern, dass in ihm eigentlich da ist, worauf verwiesen ist. Das wird hier auf prägnante Weise deutlich.

Diese Arbeiten haben ein absolutes Alleinstellungsmerkmal in deinem Werk und verhalten sich diametral zur Technik und dem künstlerischen Ausdruck deiner anderen Werkblöcke, die in deiner Arbeit einen deutlich größeren Teil einnehmen. Stört es Dich, dass sich dies in der Rezeption scheinbar diametral verhält?

MF: Ich finde, das machen sie nur scheinbar. Wie ich schon gesagt habe, reagiere ich auf das Gegenüber, seiner Eigenart und seines Ausdrucks entsprechend, also auf Form, Farbe, Ausdruck, Inhalt, Material. Die Dinge zeigen sich nur manchmal nicht so eindeutig wie die Blätter, sind komplexer und verlangen einen differenzierteren Zugriff.



„Wenn etwas nicht wertgeschätzt werden kann, kann es kein Kunstwerk sein“, mutmaßt der Philosoph George Dickie, worauf der Kunstkritiker Ted Cohen wie folgt aufsattelte und folgende Objekte als immun gegen ästhetische Wertschätzung einstufte: „Gewöhnliche Reißnägel, billige weiße Briefumschläge, die Plastikgabeln aus einem Schnellimbiss sowie ganz besonders Urinale.“ Ist diese Position heutzutage obsolet?

MF: Ein Kunstwerk hat seine Wertschätzung in seinem Erkennen als Kunstwerk. Auch Briefumschläge, Plastikgabeln können Kunstwerke oder wesentliche Teile von Kunstwerken sein. Siehe die Werke von Andreas Slominski. Es kommt auf den Zusammenhang des Werkseins an und dem daraus resultierendem Geist. Kunstwerke existieren durch ihre Erscheinung. Als Erscheinungsdinge sind Kunstwerke schön und von Wert, nicht vom Inhalt her, der kann alles Mögliche sein.

"Oft zeigen sich Dinge nicht so eindeutig und verlangen einen differenzierteren Zugriff."



Ist Kunst für dich klassifizierbar? Gib es gute und schlechte Kunst oder nur Kunst oder keine Kunst und, wenn es gute Kunst in Abgrenzung zu schlechter Kunst gäbe, wie sähe dann Premium-Kunst aus?

MF: Ein Kunstwerk muss als Kunstwerk erkannt werden, sonst existiert es nicht für sein Gegenüber. Obwohl es ein Ding ist, existiert es nur als etwas Geistiges. Wenn sein Geist, das Nicht-Dingliche, nicht erkannt wird, heißt es nicht, dass es kein Kunstwerk ist. Es braucht dazu die Bewahrenden, die, die es als wahr erkennen. Jedes Kunstwerk sagt, „verwechsle mich nicht“, ist also einzig. Es gibt starke und weniger starke Kunstwerke. „Je wesentlicher das Werk sich öffnet, um so leuchtender wird die Einzigkeit dessen, dass das Werk als dieses Werk ist und nicht vielmehr nicht ist“, um mit Heidegger zu sprechen.

Info

Den Dialog mit dem Künstler führte Rene S. Spiegelberger im Mai 2019. Das vollständige Interview sowie weitere Ateliergespräche dieser Reihe finden Sie auf www.spiegelberger-stiftung.de. Ergänzende Künstlerinformationen und Werkeinblicke erhalten Sie auf www.manfredholtfrerich.de

Anzeige



Konditionsrechner
starten



hypo
hamburg.de[®]
Immobilien günstiger finanzieren

Gewerbefinanzierungen
in Kooperation mit
COMPEON
hypo-hamburg.de/compeon

AUSSTELLUNGSTIPP

Eine Reise wert:

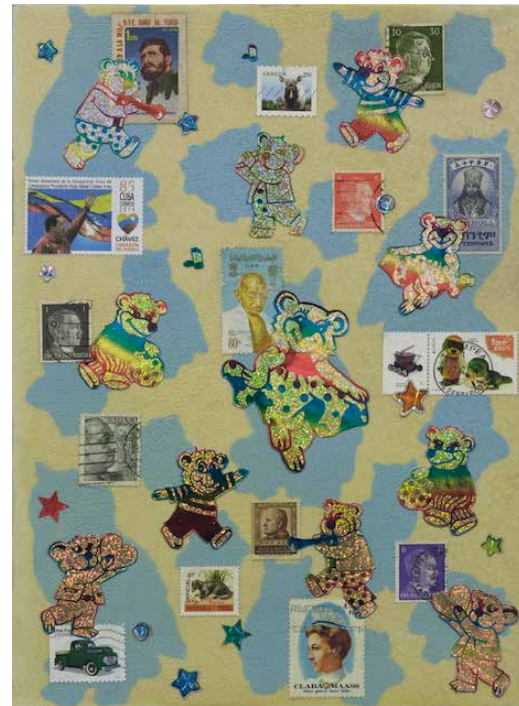
Das blaugrüne Dasein des Hamburger Künstlers Dirk Meinzer

von René S. Spiegelberger

Mit einem Fokus auf die aktuelle Produktion der letzten Jahre bietet „Das blaugrüne Dasein“ einen tiefen Einblick in das ausufernde Schaffen des in Hamburg und im niedersächsischen Deinstede arbeitenden Künstlers Dirk Meinzer. Die rund 100 Werke umfassende Solo-Show zeigt Malerei, Arbeiten auf Papier, originale Künstlerbücher, Skulptur, Installation und Video.

Dirk Meinzer, geboren 1972, ist ein charismatischer Tausendsassa, für den Kunst und Leben als metabolischer Akt ineinander fließen. Ein abenteuerlustiger Forscher im Alltag wie auch reisend in der Fremde, schweift er durch die Geschichte der Kunst. Er ist genauso in der Musik unterwegs wie in der Welt der Träume, aus der sich sein notorisch unruhiger Geist speist. Und wie der Titel der Ausstellung vermuten lässt, lauscht Dirk Meinzer bei all seinen Suchbewegungen liebend gerne zugleich dem Rauschen des Meeres wie dem Vorbewussten einige Inspiration für seine Arbeit ab.

Nach seinem Studium an der Hochschule für Bildende Künste Hamburg und zahlreichen langen Reisen u.a. nach Tansania, Indonesien oder Island verfolgte Dirk Meinzer einen stark performativen, materialintensiven Ansatz, der in halluzinative Werke und in ganze Ausstellungskosmen mündete. In den letzten Jahren hat der Künstler eine überraschend feinsinnige, hochkonzentrierte Farbfeldmalerei, neue Collage-Serien und beeindruckende Künstlerbuch-Unikate geschaffen. Diesen neuen Ansätzen ist die Ausstellung „Das blaugrüne Dasein“ gewidmet. Mit seiner delikaten Malerei, die teils phosphoreszierende Farben und minimale Naturelemente einbezieht, mit seinen grotesk-humorigen Sticker-Collagen der Serie „Hoopy-Poopy“ oder mit ornamentalen Print-Arbeiten gelingt es Dirk Meinzer, das Rauschhafte, das Wilde und Sprunghafte in teils zauberhaften, teils verstörenden Werken zu sublimieren. Bei genauerer Betrachtung erweist sich jede einzelne Arbeit als ein Vorschlag zur Besinnung inmitten einer Medienwelt, die eine zunehmend



brisante politische Großwetterlage vermittelt. Das so genannte Herrenzimmer der Städtischen Galerie Delmenhorst verwandelt Dirk Meinzer u.a. mit seinen neuen Serien „Olea“ und „Trunkenheit“ sowie einem großformatigen „Punktebild“ in einen Trabanten der legendären Hamburger Eckkneipe „Zum alten Ritter Sankt Georg“. Damit ist es auch der Ort, an dem das eigens für die Städtische Galerie Delmenhorst entstandene Künstlerbuch gleichen Titels seinen Auftritt erhält. Dieses eigenwillige Buch zeigt Seite für Seite Stempel-Bilder der Ritter-Freunde des Künstlers: die unverwechselbaren Signaturen der Gesprächspartner, die der Künstler in seinem Kurort Kneipe getroffen hat.

Wo?

Die Ausstellung ist bis zum 11. August 2019 in der Städtischen Galerie Delmenhorst zu sehen.

Zur Finissage am Sonntag, 11. August, 11 bis 17 Uhr ist der Eintritt frei. Um 14 Uhr startet ein letzter Rundgang mit Direktorin Dr. Annett Reckert und Künstler Dirk Meinzer.
Ab 15 Uhr: DJ PAPAMAMAWATA plays hoty popy african booty bomba shake music.



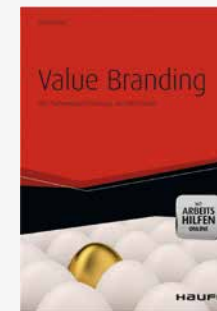
LESE TIPP

Value Branding

Vom hochwertigen Produkt zur wertvollen Marke

Von Weert Canzler und Andreas Knie

1 × 1 der erfolgreichen Markenbildung



Gebundene Ausgabe:

224 Seiten

Verlag:

Haufe Lexware;

Auflage: 1.

(24. September 2013)

Sprache:

Deutsch

Taschenbuch:

EUR 39,95

Kindle:

EUR 35,99

ISBN:

978-3648041062

Inspiration, Lust, aber vor allem Orientierung in der bunten Informationsflut zum Thema Marke

Wie wird aus einem hochwertigen Produkt eine erfolgreiche Marke? Dieser Frage geht der B2B-Markenspezialist Jürgen Gietl im Buch „Value Branding“ nach. Praxisnah und einsteigergerichtet werden alle relevanten Bausteine erfolgreicher Marken beleuchtet.

Gerade in technologiegetriebenen Branchen fällt es oft schwer, emotionale Markenerlebnisse zu schaffen. Hierzu liefert Gietl passende Antworten und zeigt durch gezielte Arbeitshilfen und Checklisten auf, wie man

mit Verstand, Leidenschaft und Intuition einen Marken-Mehrwert schafft. Dabei stehen 20 Grundsätze zum Markenaufbau, zur Budgetplanung und die Nutzung von Hebeleffekten im Mittelpunkt. Der ultimative Leitfaden für lebendige, ausdrucksstarke Produkte.

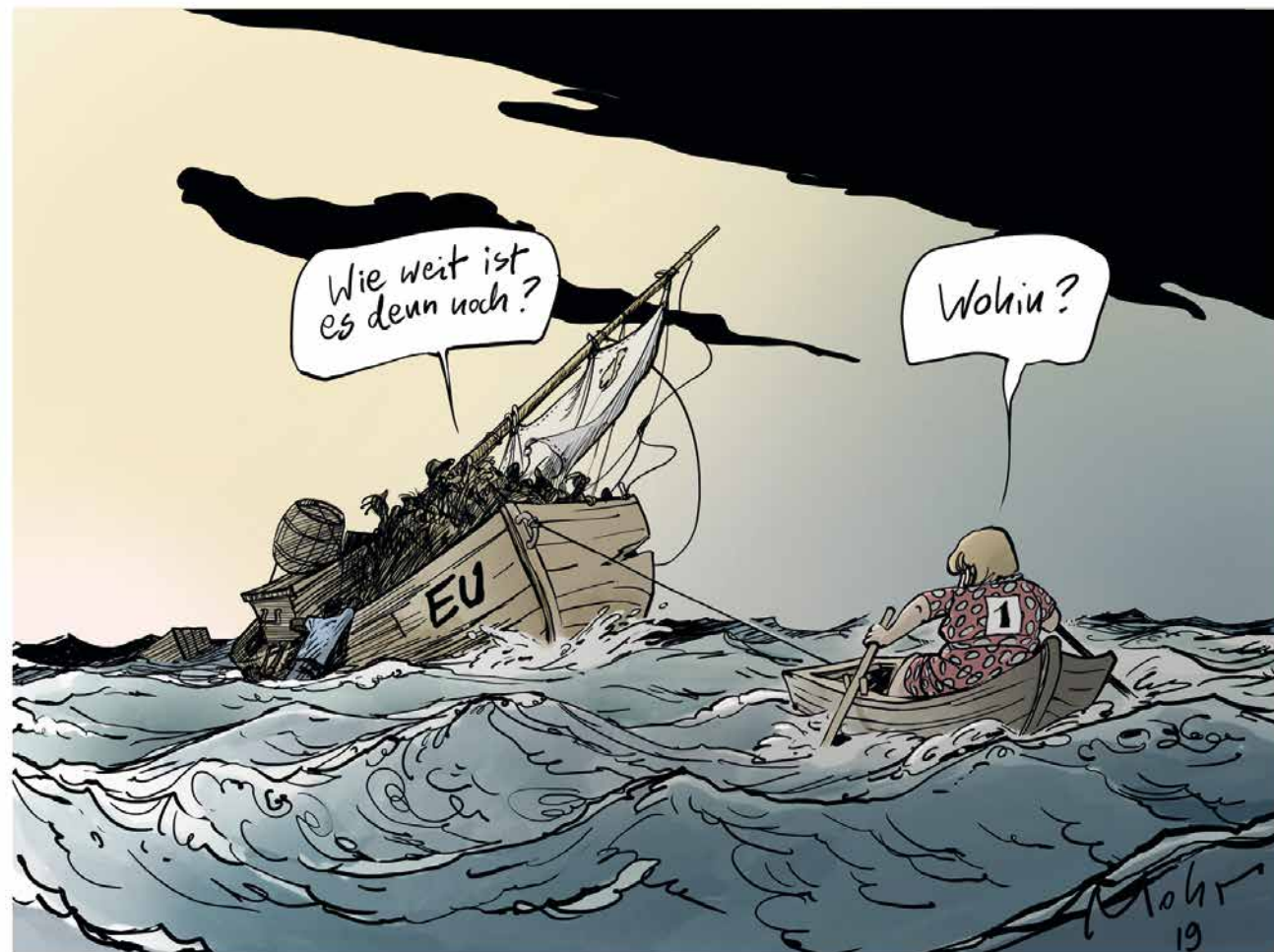
Sein Credo: Nur Innovationen, die glaubwürdig zur Marke passen, sind sinnvoll. Er warnt davor, Konsumgütermarketing zu kopieren. Besonders Technologie-Marken müssen ihren eigenen Weg gehen. Und eben diesen Weg beschreibt der Autor nachvollziehbar und räumt dabei mit dem Mythos Marke auf.

DIE FAMILIENUNTERNEHMER übernehmen ein Deutschland-Stipendium an der Universität Hamburg



Mit dem Deutschland-Stipendium werden exzellente Studierende gefördert. Als RK Metropolregion Hamburg unterstützen wir den Themenbereich „Entrepreneurship“ an der Universität Hamburg. Der Stellvertretende Regionalvorsitzende Henning Fehrman unterstreicht im Namen des Vorstandsgremiums: „Wir unterstützen das Deutschlandstipendium, weil wir als Unternehmerinnen und Unternehmer nicht nur die Chancen und Herausforderungen des Unternehmertums, sondern auch gesellschaftliche Verantwortung tragen. Es ist uns ein Anliegen, exzellente junge Menschen zu fördern.“

Die Deutschlandstipendien sind von der Bundesregierung und privaten Förderern (Unternehmen, Stiftungen, Vereine, Einzelpersonen) zur Verfügung gestellte, monatliche Stipendien für immatrikulierte Studierende, die sehr gute Schul- und/oder Studienleistungen vorweisen können, sich ehrenamtlich/gesellschaftlich engagieren, einen erschwerten Zugang zum Studium haben (sog. Hürden in der Bildungsbiografie) und/oder sich im weitesten Sinne mit dem Thema "Nachhaltigkeit" auseinandersetzen. Wenn Sie ebenfalls Interesse haben, das Deutschland-Stipendium zu unterstützen, wenden Sie sich an Dr. Andrea Schultze, Universität Hamburg, Leiterin der Geschäftsstelle Deutschlandstipendien, Tel. +49 40 42838-6545, mobil: 0172 1869027, andrea.schultze@uni-hamburg.de. Für weitere Informationen: www.uni-hamburg.de/deutschlandstipendium/foerderer-werden



Stimmt die Richtung?

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
F O T O G R A F I E

EVENT · PORTRAIT · STILL LIFE · ARCHITEKTUR · FOOD

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

Jahresvorschau

jetzt vormerken:

13. August 2019	Jubiläumsempfang Rathaus durch die FDP Bürgerschaftsfraktion
24. August 2019	Sommerfest
10. September 2019 Berlin	Montblanc / Vortrag und Besichtigung
21. Oktober 2019	Vortragsabend Melitta/ Unicef
11. November 2019 Berlin	Martinsgans-Essen mit Politischer Runde: Fraktionsvorsitzende in der Hamburgischen Bürgerschaft (SPD, Grüne, CDU, FDP)



Damit Sie keines unserer Highlights verpassen, hier ein erster Ausblick von August - November 2019. Die Einladungen erhalten Sie wie gewohnt rechtzeitig von der Geschäftsstelle.

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.riekdruck.de

Nächster Redaktionsschluss:

18. August 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.

CORNELIA POLETTO



Cornelia Poletto

Nach einer Lehre an der Hotelfachschule machte Cornelia Poletto bei Deutschlands erfolgreichstem Spitzenkoch Heinz Winkler eine Ausbildung zur Köchin. Als Sous-Chefin im Hamburger Sternerestaurant „Anna & Sebastiano“ lehrte Anna Sgroi sie die Raffinesse der italienischen Küche. Cornelia Poletto ist Mitglied in der Vereinigung junger Spitzenköche („Jeunes Restaurateurs d'Europe“). Im TV ist sie regelmäßig u.a. als Moderatorin und Jurorin in der Sendung „Küchenschlacht“ (ZDF) zu sehen. Cornelia Polettos Rezepte sind in acht Kochbüchern erschienen. Im Jahr 2000 eröffnete Cornelia Poletto mit ihrem damaligen Ehemann Remigio Poletto ihr eigenes Restaurant „Poletto“ und erhielt bereits im zweiten Jahr einen Stern im Guide Michelin, den sie bis zur Schließung des Restaurants Ende 2010 hielt. Im Juni 2011 begann mit der Eröffnung ihre Restaurants „Cornelia Poletto“ eine neue Poletto-Ära. Im März 2013 folgte ihre eigene Kochschule „Cucina Cornelia Poletto“. Seit 2014 ist Cornelia Poletto kulinarischer Kopf der Dinnershow PALAZZO. Zudem betreibt sie in Shanghai seit April 2018 mit ihrem Kooperationspartner ZWILLING das Restaurant „The Twins by Cornelia Poletto“.

Man könnte meinen, mehr „Premium“ als Sterneköchin geht nicht mehr. Schaut man sich aber an, in wie vielen Bereichen Sie außerdem aktiv sind, sind Sie auch „Premium“-Unternehmerin. Was sind Ihre unternehmerischen Grundsätze und woher stammen die?

Cornelia Poletto: Danke für das Kompliment! Für den Erfolg der Marke „Cornelia Poletto“ bin natürlich nicht ich alleine verantwortlich, sondern zu großen Teilen auch mein Team – in der Küche, im Büro, in Management und PR. Deswegen gehört zu meinen wichtigsten unternehmerischen Grundsätzen, einen tollen Teamspirit zu leben und zu pflegen. Werte wie Loyalität, Integrität und Fairness spielen dabei eine große Rolle. Für mich persönlich sind es Eigenschaften wie Mut, Besonnenheit und die Fähigkeit sich selbst immer wieder zu hinterfragen oder zu pushen, die unternehmerischem Erfolg vorausgehen. Vermutlich haben mir das schon meine Eltern vermittelt, der Rest ist ein klassisches „Learning by doing“.

Sie gelten als herausragende Gastgeberin. Wie gelingt es Ihnen, dass sich Ihre Gäste rundum wohlfühlen? Haben Sie Tipps für unsere Leser?

Poletto: Mal ist es die Riesenschüssel Pasta al Pomodoro in der Mitte des Tisches, die ausreicht, um Gäste glücklich zu machen. Andere legen Wert auf vier Gänge und gefaltete Servietten. Die Kunst ist, sich auf verschiedene Gäste und ihre individuellen Wünsche einstellen zu können. Das wichtigste ist, ein Gefühl von „Ihr seid willkommen“ auszustrahlen – egal ob privater Gastgeber oder Gastronom.

Welche Rolle spielt soziales Engagement in Ihrem Leben? Was liegt Ihnen besonders am Herzen?

Poletto: Ich engagiere mich seit mehr als zehn Jahren als Schirmherrin für das Altonaer Kinderkrankenhaus. Insbesondere der Lufthafen, eine Wohnstation für Kinder, die auf eine Langzeitbeatmung angewiesen sind, liegt mir am Herzen. Ich verfolge das Projekt seit der Grundsteinlegung und bin sehr stolz darauf, einen kleinen Teil zum Wohl der kleinen Patientinnen und Patienten beitragen zu können.

Welchen Luxus gönnen Sie sich privat – für die Seele und zur Entspannung?

Poletto: Quality-Time mit der Familie ist das Beste für meine Seele und bringt mir gleichzeitig Entspannung. Ich begleite meine Tochter in den Stall zu unseren Pferden oder auf Reitturniere, gehe mit unseren Hunden Franz und Sissi raus in die Natur oder jogge um die Alster. Einmal im Jahr gönne ich meinem Körper eine Mayr-Kur. Das ist dann immer so wie einen Reset-Knopf zu drücken.

Die Grillsaison hat begonnen. Was würde Ihr Catering-Service liefern, wenn wir Ihnen für unseren Grillabend freie Hand lassen?

Poletto: Ich wäre sofort dabei! Von gegrillten Römersalatherzen mit Zitronenvinaigrette und Ziegenkäse über frischen Fisch und ausgesuchtes, nicht zu mageres Fleisch bis zu einer Salsiccia kann ich mir alles vorstellen.

Haben Sie Lieblings-Kochutensilien, die Ihrer Erfahrung nach in vielen Küchen fehlen?

Poletto: In vielen Küchen fehlen gute Messer und Pfannen. Dabei kann man sich das Leben mit hochwertigen Utensilien so viel einfacher machen. Ich sage immer „Ein Koch ist nur so gut wie seine Messer“. Und ein Steak, das zum Beispiel in einer tollen gusseisernen Pfanne gebraten wird, die schon ein bisschen Patina hat, schmeckt einfach besser.

Spezielle Ernährungsformen und echte oder vermeintliche Nahrungsmittelintoleranzen greifen um sich. Wie gehen Sie mit dem Thema um?

Poletto: In der Tat – es werden mehr und mehr Menschen, die Dieses oder Jenes nicht vertragen. Diesem Umstand müssen wir Gastronomen uns stellen. In meinem Restaurant ist prinzipiell alles möglich. Wir haben für viele gängige Unverträglichkeiten Alternativen, auf die wir sofort zurückgreifen können.

Wie hat sich die Haltung der Hamburger zu gutem Essen in den letzten 10 Jahren verändert?

Poletto: Gutes Essen spielt eine zunehmend wichtige Rolle. Vor zehn Jahren wurden wir zum Beispiel deutlich seltener gefragt, wo die Produkte, mit denen wir arbeiten, herkommen. Das Bewusstsein der Gesellschaft gegenüber dem, was sie isst, hat sich verändert – das ist in meinen Augen eine sehr gute und wichtige Entwicklung!

Anzeige

WER HÄLT IHREM SPIELMACHER DEN RÜCKEN FREI?



GEMEINSAM ZUM ERFOLG - SEITE AN SEITE

Mit einem Projektmanager von **House of PM** haben Ihre Experten den Freiraum, sich auf wichtige Fachfragen und Business-Entscheidungen zu konzentrieren.

Wir verstehen uns als Sparringspartner und Rückendeckung unserer Auftraggeber. Mit einem passgenauen Maß an methodischer Unterstützung schaffen wir aktive Entlastung von allen Projektmanagement-Aufgaben und führen Projekte zum Erfolg.

METHODIK. ERFAHRUNG. PROJEKTE.

www.house-of-pm.eu
kontakt@hopm.eu
Telefon: 040 3808819-10



**FÜR HAMBURG
GIBT ES MEHR
ALS 1000 GUTE
GRÜNDER.**



**STEFFEN WÜSTHOF,
LEITER FIRMENKUNDEN**

**IHR SEID DAS VOLK,
WIR EURE BANK.**



**Hamburger
Volksbank**