

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Hans-Christoph Klaiber

Vom Akkordeon-Spieler
zum Multi-Unternehmer

Innovationshauptstadt
Hamburg
Vernetzung statt
Finanzierung?

Dr. Reiner Brüggelstrat
„Kooperationen werden aus
Vertrauen geschmiedet!“

Synergie

Nr. 3
2020



DER NEUE JAGUAR F-PACE DYNAMISCHES LIFESTYLE-SUV - LUXURIÖS, VERNETZT UND ELEKTRIFIZIERT



Erzen Haxhikadriu
Zertifizierter Fuhrparkberater

Telefon:
(040) 500 60 - 187

E-Mail:
e.haxhikadriu@hugopfohe.de

**PLUG-IN
HYBRID** 

JAGUAR F-PACE P400e
Systemleistung: 297 kW (404 PS)
Drehmomentmaximum: 640 Nm*
Kombinierter Kraftstoffverbrauch nach
WLTP-Verfahren: 2,4 l/100 km
Kombinierte CO₂-Emissionen nach
WLTP-Verfahren: 54 g/km
Elektrische Reichweite: 59 km
Schnellladung von 0 auf 80 %: in 30 Min.**

*Benzin- und Elektromotor erreichen ihre Leistungsspitzen bei unterschiedlichen Drehzahlen
** an einer 32-kW-Schnellladesäule – Ladezeiten können variieren

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

Wenn das Ganze mehr ist als die Summe seiner Teile – so mathematisch beschreibt Aristoteles die Idee von Synergie, um die sich in dieser Ausgabe alles dreht. Denn dieses Zusammenwirken von Kräften hat sich für viele Unternehmer in der Corona-Krise als besonders wichtig erwiesen.

Zukunftsentscheidend für uns alle ist auch die synergetische Verbindung von Wirtschaft, Wissenschaft, Forschung und Politik, weshalb Sie in diesem Magazin gleich mehrere Artikel zu diesem Thema lesen können. Es geht darin u.a. um Hamburg als Innovationshauptstadt, die Idee eines Science Centers und um den Nutzen des Artificial Intelligence Centers Hamburg für Unternehmer.

Vielleicht erinnern Sie sich – in der Vergangenheit war der „Familienunternehmer des Jahres“ stets Titelgeschichte der dritten Ausgabe im Jahr. Nachdem uns Corona leider einen Strich durch die sommerliche Preisverleihung mit Gala gemacht hat, sehen Sie stattdessen auf diesem Titel Hans-Christoph Klaiber von Nord Event. Er hat bis dato unsere Gala-Veranstaltungen in seinen Locations ausgerichtet und ist als Event-Veranstalter von den politischen Corona-Restriktionen besonders hart betroffen. Lesen Sie, wie ihn clevere Synergien in seinem Unternehmens-Network durch diese herausfordernde Zeit bringen.

Auch im preisgetriebenen Immobilienmarkt wird nach Möglichkeiten gesucht, sich den reinen Kräften des Marktes unternehmerisch zu stellen. Wir haben einen der bekanntesten Hamburger Immobilienmakler, Herrn Björn Dahler, in seiner Firmenzentrale in der Hamburger Hafencity besucht und erfahren, welches System der einander verstärkenden Unternehmensfelder er konzipiert hat.

DIE FAMILIENUNTERNEHMER und die DIE JUNGEN UNTERNEHMER – gegründet vor 70 Jahren –, sind mit der Bundesgeschäftsstelle in Berlin nicht mehr aus den wirtschaftspolitischen Entscheidungsprozessen wegzudenken. Deshalb haben wir unseren Hauptgeschäftsführer Albrecht von der Hagen gefragt, wie Synergieeffekte zwischen Wirtschaft und Politik wirken und warum diese so notwendig sind. Den Erfolg unserer jahrzehntelangen Arbeit beweist dieser Text auf der Website des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie:

„Mittelständische Unternehmen sind der Erfolgsfaktor der deutschen Wirtschaft: Über 99 Prozent aller Unternehmen in Deutschland sind Mittelständler. Sie erwirtschaften mehr als die Hälfte der Wertschöpfung, stellen fast 60 Prozent aller Arbeitsplätze und rund 82 Prozent der betrieblichen Ausbildungsplätze bereit.“

Viel Freude beim Lesen
in dieser speziellen Ausgabe
#nevergiveup -

Malte Wettern &
David Friedemann



David Friedemann
DIE JUNGEN UNTERNEHMER

Malte Wettern
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Nachgedacht

6 Über Synergie

Vorstands-Statements

8 Henning Fehrmann
10 Peter Zickermann (i. V.)

Wirtschaft & Politik

12 Albrecht von der Hagen
36 AGA - Erreichbarkeit der City
40 Innovationshauptstadt Hamburg



Albrecht von der Hagen

Wissen

Klimapatenschaft	14
Der (un)kooperative Mensch	20
Unternehmensumwandlung	26
Digitale bAV-Portale	34
Unternehmenskooperationen	44
ARIC - KI-Kompetenzen	48
Innovations Kontakt Stelle	60

Kunst & Kultur

Ateliervespräch mit Okuda San Miguel	66
--------------------------------------	----

Hans-Christoph
Klaiber



Mitglieder & Veranstaltungen

Networking am Grill	56
---------------------	----

Titelstory

Hans-Christoph Klaiber im Interview	28
-------------------------------------	----

Interview

16 Dahler & Company - Björn Dahler
22 HH Volksbank - Dr. Reiner Brüggestrat
42 Nordstory - Sterac
52 Science Center - Frank Böttcher
64 IGEPA - novamag
76 Nachgefragt bei Jörg Knör



Björn Dahler



Trends & Style

Blue love	38
Unser Gastro-Tipp zur Mittagspause	70

Große Schiffe dank Win-Win-Mindset

Von Dr. Björn Castan

„Oh wie schön, wir realisieren mit dem Zusammenschluss Synergien“, sagt der Anteilseigner und freut sich über eine Wertsteigerung seiner Anteile. Dieselbe Freude ist aus dem Management des übernehmenden Unternehmens zu hören, das sich auf potenziell steigende Boni freut. „Oh, unser Unternehmen wurde übernommen und man möchte damit Synergien heben“, hört der Arbeitnehmer, dessen Funktion nun doppelt besetzt ist, und verliert seinen Job.

In der Wirtschaftspraxis wird der Grundgedanke der Synergie oft dazu verwendet, Zusammenschlüsse von zwei oder mehr Unternehmen zu begründen und dadurch Kostenersparnisse zu erzielen. Man möchte also denselben Output mit weniger Input (i.d.R. Arbeitskräfte) erreichen und dadurch Gewinne steigern. Das kann ja jeder, möchte man meinen, und außerdem verlieren dabei meistens viele Menschen ihre Arbeit (Win-Lose-Effekt). Daher möchte ich Sie in dieser Kolumne in eine ganz andere Form der Synergie mitnehmen. Nämlich Synergie, die echte Win-Win-Zustände erzeugt. Falls Sie das Buch „Die 7 Wege zur Effektivität“ von Stephen Covey noch nicht gelesen haben, ist heute ein guter Tag, damit zu beginnen. Für Covey ist synergetisches Kommunizieren und Handeln die beste Form des Miteinanders von Menschen und Unternehmen. Dabei geht es aber nicht darum, mit geringeren Kosten dasselbe zu erreichen, sondern mit gemeinsamer Anstrengung nicht nur das Doppelte, sondern ein Vielfaches davon neu zu schaffen.

Stellen wir uns zwei Unternehmen vor, die über einen Auftrag verhandeln und in der Verteidigung ihrer eigenen Positionen festgefahren sind. Beide möchten ihre Position durchsetzen (einer gewinnt, der andere verliert). Im Normalfall einigen sie sich auf einen Kompromiss (beide gewinnen und verlieren ein bisschen). Nach dem synergetischen Prinzip von Covey würden sie sich stattdessen gemeinsam erst einmal die Zeit nehmen, die Hintergründe, Motive und die Interessenlagen der Vertragspartner beiderseitig in der Tiefe zu verstehen. Nachdem man gegenseitig ein echtes Verständnis für die Position des anderen erzielt hat, sucht man gemeinsam nach einer dritten Lösung. Die Suche nach einer dritten Lösung setzt kreative Energien frei, die, gemeinsam eingesetzt, am Ende zu einem Ergebnis führen sollen, mit dem beide Partner nur gewinnen (Win-Win). Auf diese Weise werden neue Ideen entwickelt, die von beiden Partnern so lange verbessert werden, bis das Ergebnis für alle Beteiligten erheblich besser ist als ein Kompromiss oder eine Win-Lose-Situation, die sich in der Regel später anders rächen würden.

Nach Lösungen zu suchen, die für beide langfristig vorteilhaft sind, lohnt sich!

„Das klingt gut“, werden Sie möglicherweise sagen, „aber dafür haben wir doch in der Praxis nie die Zeit.“ Das stimmt natürlich in unserer auf das Gewinnen abzielenden Denkweise. Wir sollten uns diese Zeit aber nehmen, um synergetisch handeln zu können. Für Synergien, die ein Vervielfachungspotenzial der Ergebnisse einer Zusammenarbeit anstreben, ist Vertrauen unter den Partnern zwingend erforderlich. Vertrauen aufzubauen, benötigt Zeit. Nach Lösungen zu suchen, die für beide langfristig vorteilhaft sind, ist sowohl zeitintensiv als auch mühsam. Gleichwohl: die Mühe lohnt sich!

Wahrscheinlich kennen Sie den Film *Pretty Woman*? Edward Lewis, gespielt von Richard Gere, hat es darin auf das Familienunternehmen von Mr. Morse (eine Werft) abgesehen, der nicht verkaufen will. Eigentlich hat Edward Mr. Morse durch einen Bluff bereits in die Knie gezwungen (Win-Lose). Durch die bezaubernde Vivian (Julia Roberts) besinnt er sich eines Besseren. Als Morse und er im Verhandlungszimmer sitzen und die Kaufverträge unterschreiben wollen, schickt er kurzerhand die Anwälte hinaus, um mit Mr. Morse unter vier Augen zu sprechen. In diesem Moment öffnet er den beiden den Weg für eine gemeinsame dritte Lösung. Als die Anwälte wieder hineingerufen werden, verkündet Mr. Morse stolz: „Mr. Lewis und ich haben beschlossen, Schiffe zu bauen. (kurze Pause) Große Schiffe.“ Das ist Synergie.

Herzlichst,
Ihr
Björn Castan

Wie schaffen Sie Synergien?

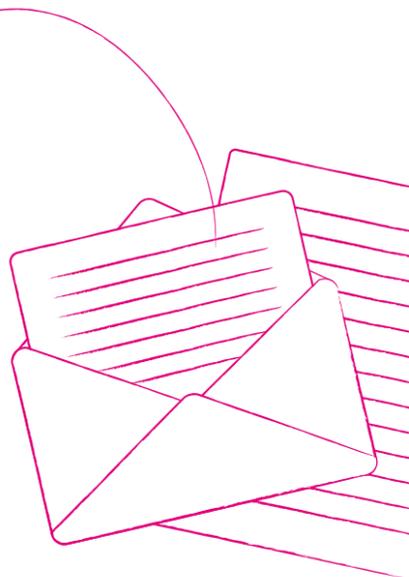
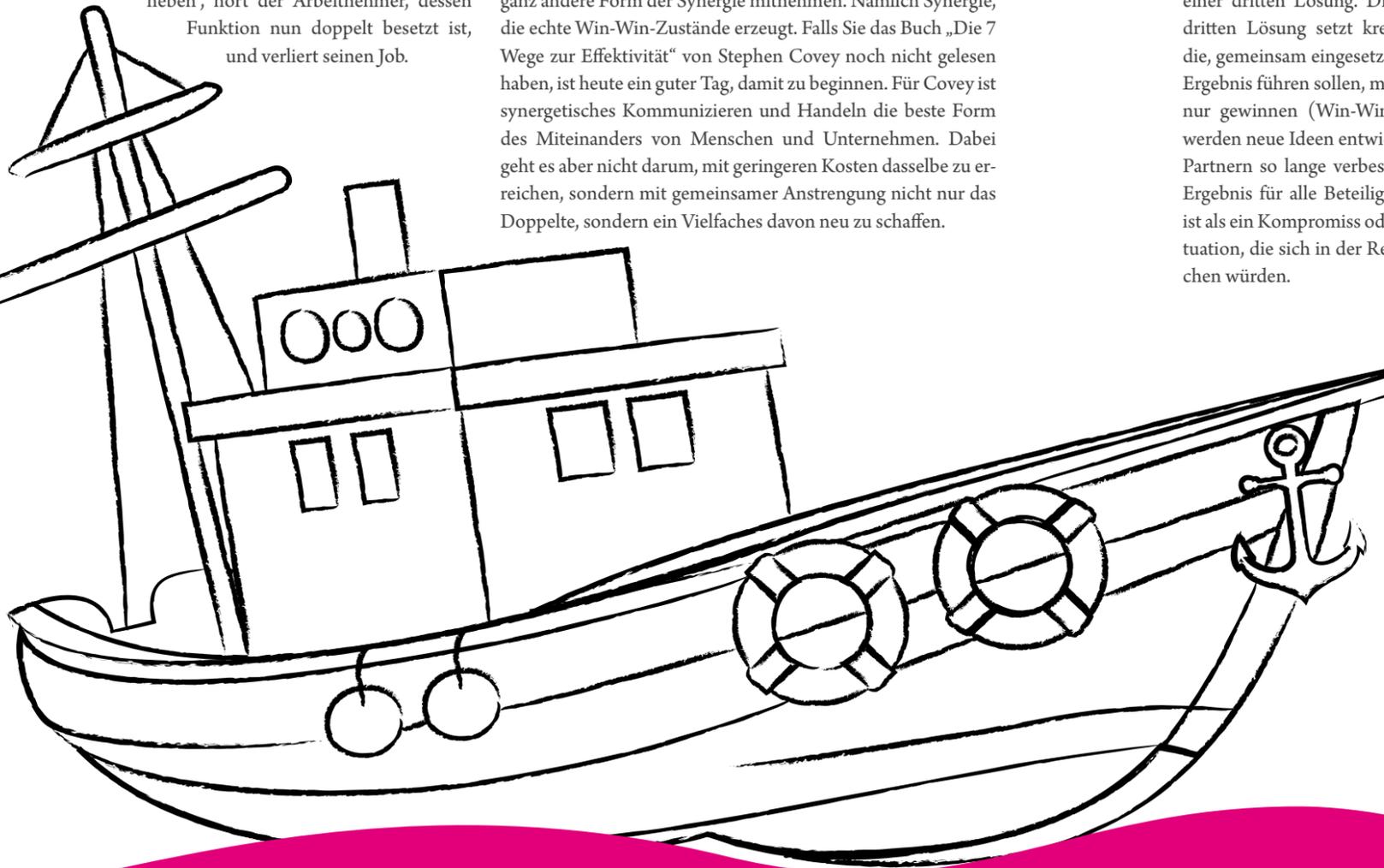
Schreiben Sie mir gerne an
castan@researchforfuture.com

Der
Autor



Dr. Björn Castan

ÜBER SYNERGIE





Synergie-Statement von Henning Fehrmann

Regionalvorsitzender, RK Metropolregion Hamburg

Welches Synergiepotential sehen Sie im Miteinander von Wirtschaft und Politik in Hamburg? Was muss verbessert werden, um dieses Potential zu nutzen?

Wir leben in einer herausfordernden VUKA-Zeit und inmitten der 4. Industriellen Revolution. Umso wichtiger ist es, jedes Engagement, das uns voranbringt, zu berücksichtigen. Unternehmer können wertvolle Qualitäten wie Mut, Commitment, Entscheidungsfähigkeit und Umsetzungsstärke einbringen und die Politik inspirieren. Die Voraussetzungen hierfür sind hervorragend, denn die Offenheit der Politik war noch nie so groß wie jetzt. Politik und Familienunternehmer sind sich durch die Corona-Krise nahe gekommen, es findet ein reger Austausch statt. Die wiederkehrenden Kontakte außerhalb von Medienwirksamkeit bauen Stück für Stück ein Vertrauensverhältnis auf – die Voraussetzung, um gemeinsam Hamburg für die Zukunft fit zu machen. Insbesondere die langfristige Ausrichtung von uns Familienunternehmern kann einen Beitrag leisten, Politiker vom Fahren auf Sicht, das sie in der Vergangenheit häufig praktiziert haben, abzubringen. Allerdings braucht es deutlich mehr Plattformen für direkte, offene Gespräche zwischen Wirtschaft und Politik.

Der Verband bringt nicht zuletzt Unternehmer aller Branchen zusammen, damit Synergien entstehen können. Was ist bei solchen Kooperationen erfolgsentscheidend?

Jede dieser erfolgreichen Kooperation beginnt mit einem Vertrauensvorschuss sowie mit der Gesprächsebene von Unternehmer zu Unternehmer, wodurch ein Zusammengehörigkeitsgefühl entsteht. So kommt es, dass sich die Gespräche bereits beim Kennenlernen viel offener und intensiver gestalten als allgemein üblich. Sich derart mit einem Menschen auszutauschen, der einen versteht, ist per se ein Nutzen. Was darüber hinaus entsteht, hängt vom Match der Bedarfe ab.

Grundsätzlich gilt: Wo das Mindset verbindet, arbeitet man besser zusammen. Bei Familienunternehmern wird man als Kunde wahrgenommen und respektiert, zudem sorgt die langfristige Unternehmensausrichtung dafür, als Käufer auch nach Jahren noch einen Ansprechpartner für Serviceleistungen, Ersatzteile oder Beratung zu haben. All dies hat einen hohen Wert. Deshalb würde ich mir wünschen, dass unsere Mitgliedsunternehmen bewusster darauf achten, bei wem sie kaufen, nämlich bevorzugt bei anderen Familienunternehmern, und nicht nur nach kurzfristigen Kriterien wie Preis und Lieferzeit entscheiden.

Kennen Sie Beispiele für Zusammenarbeit von Mitgliedunternehmen in der aktuellen Wirtschaftskrise, die zu existenzhaltenden Synergien geführt haben?

Ob die Synergien existenzhaltende Bedeutung hatten, weiß ich nicht, doch kenne ich diverse Kollaborationen von Verbandsmitgliedern. Die Sympathie und der Unterstützungswille untereinander sind in diesem Verband groß, es wird offen über Sorgen und Nöte gesprochen. Da ergibt sich ein Miteinander recht leicht. Eins meiner Unternehmen hat auch gerade bewusst bei einem Dienstleister bestellt, der Mitglied ist.

Welche Rolle übernehmen DIE FAMILIENUNTERNEHMER/DIE JUNGEN UNTERNEHMER in diesen schwierigen Zeiten?

Wir sind die klare, unüberhörbare Stimme, die immer wieder für Freiheit, Verantwortung, Wettbewerb und Eigentum eintritt. Ganz praktisch bedeutet dies, ernstzunehmender konstruktiv kritischer Gesprächspartner und Begleiter für die Politik und Administration zu sein. Eben dies haben wir in den letzten Monaten erfolgreich getan.

Zugleich bieten wir unseren Mitgliedern Unterstützung an. Dies reicht von operativen Themen bis zu den Vertrauenskreisen.

Welche Synergien ergeben sich Ihrer Erfahrung nach aus der Kooperation mit Wissenschaft und Forschung?

Wenn Wirtschaft und Wissenschaft ihre jeweilige Expertise zusammenbringen, kann aus eins und eins drei entstehen. Die Wissenschaft forscht in der Regel sehr methodisch und professionell, hat ein exzellentes interdisziplinäres Netzwerk und genügend fachliche Expertise sowie eine Forschungsanlagen-Infrastruktur, die kein Unternehmen sich leisten kann. Wenn wir Unternehmer die Forschungsaktivitäten auf konkrete oder zukünftige Bedarfe ausrichten und für die Vermarktbarkeit sorgen, entsteht Neues mit konkretem Nutzen.

Erfreulicherweise hat sich die wissenschaftliche Landschaft Hamburgs in den letzten Jahren verbessert. Dass die Hamburger Universität zur Exzellenzuniversität geworden ist, belegt dies und ist ein großer Erfolg der Wissenschaftspolitik. Dennoch gibt es noch viel zu tun. Das Ungleichgewicht zwischen der großen Universität und der ein Viertel so großen TU alliiert das pro Studierendenkopf vergebene Budget falsch. Insbesondere die Ausbildung für angewandte, oft technische Zukunftstechnologien gilt es zu stärken. Der Weggang des TU-Präsidenten Prof. Dr. Hendrik „Ed“ Brinksma ist leider ein herber Rückschlag.

Setzen Sie in Ihrer Unternehmensgruppe gezielt auf Synergien im Zusammenspiel verschiedener Bereiche? Wie tun Sie das konkret?

Ja, wir nutzen das heterogene Know-how unserer drei Unternehmensbereiche systematisch, um zu lernen und zu profitieren. Beispielsweise fußt die Entwicklung hochfester Schiffsfenster im Unternehmensbereich WINDOWS z.T. auf der Materialkompetenz des ALLOYS-Bereiches. Umgekehrt hilft der ALLOYS die Schweißkompetenz der WINDOWS, um z.B. 3D-Druck-Proben an Bleche zu schweißen. Außerdem haben wir mit unserem Chief Digital Officer kürzlich einen übergeordneten Bereich für Data Science und KI installiert, der sich in allen Projekten einbringt, wenn Unterstützungsbedarf besteht. Und der Head of Simulation unserer jüngsten Tochter BlueSc.ai unterstützt bei der Materialentwicklung von 3D-Druck-Metallen.

Auf welche Weise fördern Sie Synergieeffekte in Ihren Teams?

Wir regen einen intensiven Austausch innerhalb der Teams und zwischen den Teams an. Vor Corona haben wir beispielsweise Mitarbeiter alle sechs Monate in ein neues Büro mit anderen Kollegen umgesetzt und gemeinsam das Mittagessen eingenommen. In der aktuellen Phase sorgen wir durch moderne Collaboration-Software für Transparenz und gegenseitige Bereicherung, die heterogene Zusammensetzung der einzelnen Teams tut ein Übriges. Außerdem vermeiden wir Silo-Verhalten der Teams, indem wir für Austausch und Zusammenarbeit zwischen unterschiedlichen Unternehmensbereichen sorgen. So bringt jeder seine Expertise in die Projekte der anderen Teams ein und es kommt keine Team- oder Projektblindheit auf. Natürlich lassen wir Homeoffice zu, aber uns ist wohl bewusst, dass nur der persönliche Austausch z.B. in der Teeküche zu Ideen und Zusammenarbeit führt.

Synergie-Statement von Peter Zickermann

Stellvertretender Regionalvorsitzender,
RK Metropolregion Hamburg

Welches Synergiepotential sehen Sie im Miteinander von Wirtschaft und Politik in Hamburg? Was muss verbessert werden, um dieses Potential zu nutzen?

Es gibt bereits positive Synergieeffekte auf verschiedenen Ebenen. Positiv hervorzuheben ist zum Beispiel, dass die Unternehmensverbände in HH und SH bei der Innovations- und Fachkräftestrategie für die Metropolregion Hamburg einbezogen werden und aktiv die Zukunft dieser Stadt mitgestalten. Nichtsdestotrotz muss ein noch intensiverer Austausch zwischen Politik und Wirtschaft stattfinden. Als Unternehmer und Gründer wünsche ich mir vor allem, dass behördliche Hürden abgebaut und Jungunternehmer gefördert werden. Es darf nicht sein, dass Gründer mit innovativen Ideen nach Berlin gehen müssen, um dort an Kapital zu kommen. Die IFB Hamburg hat vor kurzem den richtigen Weg eingeschlagen und ein Investorennetzwerk gegründet, das Investoren und kapitalsuchende Unternehmen zusammenführt.

Der Verband bringt nicht zuletzt Unternehmer aller Branchen zusammen, damit Synergien entstehen können. Was ist bei solchen Kooperationen erfolgsentscheidend?

Obwohl man aus unterschiedlichen Branchen und Bereichen kommt, ist es erstaunlich, wie viele Unternehmer vor denselben Problemstellungen stehen. Der Austausch von Erfahrungen und Know-how innerhalb unseres Verbandes ist ein großer Mehrwert und hat mir schon oft geholfen, meine Einstellung zu Themen zu überdenken und die Weichen anders zu stellen. Das ist auch ein Grund, die „Vertrauenskreise“ – ein Format, in dem sich fünf bis sechs Unternehmer unterschiedlicher Branchen alle drei Monate austauschen – weiterzuführen. Ich bin selbst in einem und kann nur jeden dazu ermutigen, dieses Angebot zu nutzen. Neben dem Austausch untereinander gibt es auch konkrete Synergien bzw. Kooperationen zwischen Mitgliedsunternehmen. Von der gemeinsamen Nutzung von Büroflächen bis hin zur gemeinsamen Umsetzung von Kundenprojekten habe ich schon alles mitbekommen.

Erfolgsentscheidend bei Kooperationen ist, dass diese auf Augenhöhe stattfinden und beide Seiten profitieren. Nur so bleiben die persönliche Lust und die wirtschaftliche Motivation erhalten, diese langfristig fortzuführen.

Kennen Sie Beispiele für Zusammenarbeit von Mitgliedunternehmen in der aktuellen Wirtschaftskrise, die zu existenzhaltenden Synergien geführt haben?

Gerade in der aktuellen Krise habe ich gesehen, wie stark der Zusammenhalt innerhalb unseres Verbandes ist. Unsere Mitglieder haben sich sehr für die Lage anderer Mitgliedsunternehmen interessiert und dort geholfen, wo geholfen werden konnte. Aufträge wurden untereinander erteilt, Empfehlungen ausgesprochen und Tipps bzgl. der verschiedenen Förderprogramme gegeben. Wir als Werbe-filmproduktion durften z.B. in den letzten Monaten für einige Mitgliedsunternehmen Videos produzieren. Dafür bin ich sehr dankbar.

Schön zu sehen ist auch, dass der Austausch zwischen Jung und Alt in der Krise funktioniert. Erfahrene Familienunternehmer stehen jungen Unternehmern mit Rat und Tat zur Seite und geben z.B. ihre Erfahrungen und Learnings aus der Finanzkrise weiter.

Welche Synergien ergeben sich Ihrer Erfahrung nach aus der Kooperation mit Wissenschaft und Forschung?

Nur durch die Verzahnung von Wissenschaft und Wirtschaft entstehen Innovationen in Form von neuen Produkten und Technologien. Dieses führt zur Erschließung neuer Märkte, Effizienzsteigerungen und somit zur nachhaltigen Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Daher ist es für unsere Metropolregion so wichtig, dass die geplanten Wissenschafts- und Innovationsparks konsequent umgesetzt werden

und der Anschluss an die Wirtschaft dabei nicht verloren geht. Wir setzen uns daher dafür ein, dass bei der konkreten Planung dieser Parks die Unternehmensverbände mit einbezogen werden. Bis jetzt mit Erfolg. Hamburg ist auf einem guten Weg und hat mit der schon existierenden Clusterpolitik auch gezeigt, dass die Vernetzung zwischen Politik, Wissenschaft und Wirtschaft funktioniert.

Setzen Sie in Ihrem Unternehmen bzw. in Ihrer Unternehmensgruppe gezielt auf Synergien im Zusammenspiel verschiedener Bereiche? Wie tun Sie das konkret?

Ganz klar, ja. Gerade als Unternehmen mit 20 Mitarbeitern müssen wir auf schlanke Prozesse setzen. Wie können wir Abläufe durch interne Synergien beschleunigen und optimieren? Wichtig ist, die aktuellen Prozesse regelmäßig zu überprüfen. Lerneffekte helfen uns dabei, stetig besser zu werden. Wir haben daher einen regelmäßigen internen Austausch eingeführt, bei dem alle Bereiche anwesend sind und offen über die Projekte der letzten sechs Wochen sprechen. Neue Technologien sind dabei ein großer Hilfsfaktor. Wir haben ein allumfassendes ERP eingeführt, um Zeitfresser zu identifizieren und Prozesse zu optimieren. Außerdem stellen wir Projektteams mit Mitarbeitern aus unterschiedlichen Bereichen auf, was hilft, die Sichtweise des anderen Bereichs zu verstehen, interne Synergieeffekte zu erkennen und natürlich zu nutzen.

Auf welche Weise fördern Sie Synergieeffekte in Ihren Teams?

Wir setzen den Mitarbeitern immer wieder Impulse, die eigene Arbeit und ihre Prozesse zu hinterfragen. Dafür holen wir uns auch externe Hilfe in Form von geführten Workshops. Es motiviert nichts mehr als wenn das Team Synergien selbst erkennt und eigene Prozesse gestaltet, anstatt diese Top-Down vorgegeben zu bekommen. Prozesse neu gestalten heißt meist auch Veränderung. Kommunikation ist dabei das A und O. Strukturelle sowie prozessuale Veränderungen kommen nicht immer gut bei allen Mitarbeitern an – zumindest anfänglich. Veränderung bedeutet raus aus der Komfortzone. Daher wichtig: Mitarbeiter abholen, integrieren und aufzeigen, was die langfristige Strategie hinter den neuen Prozessen ist.

Julia Dettmer
Regionalvorsitzende,
RK Metropolregion Hamburg



Zusammenarbeit zwischen Wirtschaftsverbänden und politischen Parteien

Von Albrecht von der Hagen

Rund 2.300 Verbände sind beim Deutschen Bundestag registriert. Ganz schön viel Konkurrenz, wenn es um Termine und Aufmerksamkeit bei den Abgeordneten geht. Zumal es im Jahr nur 22 Sitzungswochen gibt, die auch noch voller parlamentarischer Pflichttermine sind. Etwas einfacher ist es da schon für die zwei bis drei Dutzend Verbände, die eine eigene, öffentlichkeitswirksame Marke aufgebaut haben, wie z.B. DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER.

Noch herausfordernder ist es allerdings, die wenigen, sehr umworbenen Spitzenpolitiker wie Fraktionsvorsitzende, Parteivorsitzende oder gar Minister als Gastredner zu den eigenen Veranstaltungen zu bekommen. Wenn das gelingt, dann ist schon recht viel erreicht: Der oder die Spitzenpolitikerin hat sich zur Vorbereitung auf die eigene Rede intensiver mit dem Gastgeber beschäftigt, kennt nun die Hauptforderungen und weiß um die volkswirtschaftliche Bedeutung. Vor allem gibt es nach dem Auftritt einen persönlichen Draht.



Albrecht von der Hagen und Franziska Giffey - JungU-Gipfel 2018

"Politiker nehmen die ernst, die ihnen bei der Mitwirkung an der politischen Willensbildung des Volkes Konkurrenz machen können."

Da es immer mehr Berufspolitiker gibt, die nie in einem Unternehmen gearbeitet haben, ist es immens wichtig, diese Politiker über die volkswirtschaftlichen Konsequenzen konkreter Gesetzesvorhaben aufzuklären. Auch das geht am Besten im persönlichen Gespräch. Wobei all die Büchsenspanner, Redenschreiber und sonstigen Fraktionsmitarbeiter nicht vergessen werden sollten. Am Ende sind wir zwar oft nur ein Aspekt innerhalb des Interessengeflechtes, in dem sich ein Abgeordneter bewegen muss, aber wer will schon vorsätzlich den wirtschaftlichen Ast absägen, auf dem die Arbeitsplätze, das Steueraufkommen und die soziale Sicherheit blühen?

Natürlich gibt es Parteien, die z.B. dank eines liberal ausgerichteten Wirtschaftsflügels dem Denken eines Unternehmers näherstehen als andere. Aber auch die anderen können durchaus eine wichtige Rolle in einer Regierung spielen – und dann ist es wichtig, dass sie sich mit unseren Argumenten auseinandersetzen mögen. Daher ist der Kontakt zu verschiedenen Parteien und ihren Bundestagsfraktionen so wichtig.

Und wenn sie sich partout nicht mit unseren Argumenten befassen wollen – wie z.B. im Vermögensteuer-Wahlkampf 2013 –, dann müssen wir auch mal in der Lage sein, „an der politischen Willensbildung des Volkes“ mitzuwirken. Diese Aufgabe schreibt das Grundgesetz eigentlich den Parteien zu, aber Greenpeace & Co. haben uns gelehrt, dass Parteien



vdH und Frank-Walter Steinmeier



Christian Lindner und vdH

und Politiker vor allem die ernst nehmen, die ihnen bei dieser Mitwirkung an der politischen Willensbildung Konkurrenz machen können.

Das bemerkenswerte ordnungspolitische Fundament unserer Wirtschaftsordnung braucht nicht nur Wissenschaftler, die es verteidigen. Unser Verband ist unter den Wirtschaftsverbänden derjenige, der zu den vehementen Verfechtern einer guten Ordnungspolitik zählt. Politiker und Parteien, die oft im Spagat stecken zwischen einerseits den Grundsätzen der Ordnungspolitik und andererseits der Profilierung dadurch, dass sie einzelnen Gruppen Subventionen oder Haftungsübernahmen gewähren, brauchen immer wieder die Rückenstärkung, damit sie sich für die bisweilen unbequemen, aber richtigen Prinzipien entscheiden.

Vor diesem Hintergrund versuchen wir mit allen Parteien, die in absehbarer Zeit an einer Regierung beteiligt sein könnten, und ihren Exponenten ins Gespräch zu kommen.



Volker Bouffier und vdH April 2018

Synergieeffekte durch nachhaltige Entwicklung in Unternehmen

Ökologie, höhere Effizienz, Kostensenkung und neue Produkte

Von Daniel Töbelmann

Nachhaltigkeit ist eines der großen Zukunftsthemen. Knappe Ressourcen, Umweltrisiken und sterbende Ökosysteme sind nicht bloß für den Menschen als solchen, sondern auch für eine funktionierende Wirtschaft kritische Faktoren. Die Klimapatenschaft GmbH begleitet Unternehmen auf dem Weg zu Nachhaltigkeit, die sich lohnt.

Um überlebensfähig zu sein, ist es langfristig auch für Unternehmen unumgänglich, ökologisch und sozial gerechter sowie wirtschaftlich resilienter zu agieren. Hierin liegt die Mission der Klimapatenschaft GmbH: Die Gestaltung eines zukunftsfähigen Wirtschaftssystems und der nachhaltigen Neuausrichtung von Unternehmen.

Nachhaltigkeit ist nicht mehr bloß eine Option, sondern ein essentielles Muss.

Sie bedeutet nicht mehr nur Bio-Obst zu kaufen und den heimischen Sportverein zu unterstützen. Substantielle und reale Effekte entstehen nur durch eine skalierte praktische Umsetzung. Hier liegt der Ansatzpunkt der Klimapatenschaft, die Unternehmen bei der Identifikation von Potentialen und Synergien unterstützt und die praktische Umsetzung von Maßnahmen begleitet. Nachhaltige Entwicklung sollte strategisch erfolgen. Nur so können Synergieeffekte bestmöglich genutzt werden.



Unternehmen:
Klimapatenschaft GmbH

Schwerpunkt:
Nachhaltigkeit und langfristiges Denken sind entscheidende Erfolgsfaktoren für ein erfolgreiches Unternehmen und eine zukunftsfähige Wirtschaft. Heute bewusst und nachhaltig handeln, um morgen erfolgreich zu sein: dabei hilft die Klimapatenschaft GmbH. Sie berät Kunden in allen Bereichen der Unternehmensführung, um ein nachhaltiges Management einzuführen – innovativ, pragmatisch und effizient. Dabei greift die Klimapatenschaft GmbH auf langjährige Erfahrungen aus Wirtschaft, Finanzen und Nachhaltigkeitsmanagement zurück.

Gründung:
2013

Sitz:
Elmshorn
Hamburg

Mitarbeiterzahl:
8

www.klimapatenschaft.de

Allem voran sind die Erhöhung der Effizienz und die Nutzung neuer Potentiale für Produkte und Dienstleistungen zentrale Bestandteile einer Neuausrichtung. Suboptimale Prozessabläufe lassen Effizienzen oft unentdeckt, welche bei Realisierung zu Kosteneinsparungen führen würden. Genauso ergeben sich aber auch neue Möglichkeiten, nachhaltige und innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, sobald das Thema Nachhaltigkeit konsequent integriert wird.

Nachhaltigkeit wird zum Wettbewerbsfaktor.

Die Klimapatenschaft versucht immer mehrere Ziele zu fördern: Ressourcen werden gespart, Kosten reduziert und Natur geschont. Maßnahmen innerhalb einer Klimastrategie reduzieren direkte Verbräuche und Kosten, helfen aber auch zukünftige Kosten (z.B. einer CO2-Steuer) zu vermeiden. Digitalisierungsprozesse können zur nachhaltigen Entwicklung beitragen und vice versa. Abläufe im Vorfeld zu optimieren hilft sinnvoll zu digitalisieren; digitalisierte Prozesse können Ressourcen schonen und durch weitere Synergien Verbräuche (z.B. Heizenergie) und Kosten hierfür reduzieren. Ein nachhaltiges Lieferkettenmanagement trägt dazu bei, das eigene Unternehmen besser zu verstehen, Risiken und Abhängigkeiten zu identifizieren

und Problemstellungen zu beheben. Hierdurch gewonnene Informationen erlauben wiederum strategischere Entscheidungen, was die wirtschaftliche Resilienz erhöht.

Doch auch die Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen ist unverzichtbar.

Um ein Portfolio nachhaltiger auszurichten und neue Kundengruppen anzusprechen, entwickelt die Klimapatenschaft mit ihren Kunden Produkte, die ökologische und soziale Kriterien zu einem zentralen Bestandteil machen. Die Ideen für solche neuartigen Produkte entstehen oft erst, wenn Nachhaltigkeit bewusst integriert wird. Ziele und Maßnahmen sollten von der aktiven Einbindung der Mitarbeitenden und einer angemessenen Kommunikation begleitet werden, wodurch sich die positiven Effekte vervielfachen. Aus dieser Symbiose aus Reduktion und neuen Potentialen ergibt sich die Formel für eine erfolgreiche Neuausrichtung von Wirtschaft und Unternehmertum, welche mit dem richtigen Know-how nutzbar gemacht werden kann und sollte.

Anzeige

WEITERE INFORMATIONEN - TEL.: 040 54 88 76 86 ODER UNTER FALLENSIEAUF.DE

TAXI AD
DIGITAL

**KONKURRENZLOS GÜNSTIG.
DIGITALE TAXIDACHWERBUNG, WANN UND WO SIE WOLLEN**

SEIEN SIE IHRER KONKURRENZ EINEN SCHRITT VORAUSS UND ZEIGEN SIE IHRE WERBUNG NUR DA, WO IHRE KUNDEN SIND!





„Zuhause in besten Lagen“

Immobilienmakler & Projektentwickler DAHLER & COMPANY

Von David Friedemann



Björn Dahler, geboren 1958, verbrachte seine Kindheit in Bremen. 1993 wagte er den Sprung in die Selbstständigkeit. Mit seiner Frau Kirsten Dahler gründete er vor 20 Jahren die Dahler & Company Group. Das Immobilienmakler Unternehmen setzt mit Servicequalität und Innovationskraft Maßstäbe in der Immobilienbranche.



📷 Marc Schultz-Coulon

Nicht nur in Hamburg sind die Immobilienpreise in den letzten Jahren rasant gestiegen. Malte Wettern und David Friedemann haben Björn Dahler besucht, um zu erfahren, ob auch in den aktuell wirtschaftlich schwierigen Zeiten Immobilien besonders gefragt sind.

Björn Dahler ist Experte, wenn es um das Thema Wohnen geht. Gemeinsam mit seiner Frau gründete er vor mehr als 25 Jahren die DAHLER & COMPANY Group. Heute ist das Unternehmen mit seinen Dependancen an 60 Standorten mit mehr als 350 Mitarbeitern vertreten. Der Slogan ‚Zuhause in besten Lagen‘ ist bereits im Eingangsbereich der Firmenzentrale am Großen Grasbrook in der HafenCity spürbar und das Thema Wohnen wird auf allen Ebenen gelebt: Stilvoll eingerichtet – Langflor-Teppiche, Bücherregale, gemütliche Sitzcken für Meetings und offen gestaltete Büroräume –, verschmelzen hier Arbeiten und Wohnen. Vom Konferenzraum blicken wir auf den Marco-Polo-Tower.



„Am Strandkai realisieren wir gemeinsam mit August Prien unser nächstes Bauprojekt“, eröffnet Björn Dahler das Gespräch. Dahler & Company ist auf die Vermittlung hochwertiger Wohnimmobilien spezialisiert. Die Tochtergesellschaft DC Developments ist in der Projektentwicklung tätig und realisiert auch Wohnimmobilien, die zumeist in Quartiersstrukturen eingebunden sind. „Ich habe schon immer davon geträumt, neben der Maklertätigkeit auch eigene Projekte zu realisieren. Am liebsten hätte ich gleich am ersten Tag damit angefangen“, lacht Dahler. „Bis dahin hat es dann aber doch noch ein Weilchen gedauert.“

Was waren die Beweggründe ein Immobilienunternehmen aufzubauen?

„Ich bin von Haus aus Jurist und habe lange Zeit in einem großen Immobilienunternehmen gearbeitet. Dort habe ich auch meine Frau kennengelernt. Zu dieser Zeit sind die Märkte schnell gewachsen und die Immobilienbranche war noch etwas angestaubt. Daraus ist die Idee entstanden, ein eigenes Maklerbüro zu gründen“, erinnert sich Björn Dahler. „Wir haben von Anfang an auf Qualität und Kontinuität gesetzt. Das hat sich im Laufe der Jahre bewährt.“

Sie haben das Unternehmen als Franchise-System ausgebaut. Warum?

„Wir haben in diesem System die meisten Vorteile für den erfolgreichen Ausbau der Standorte gesehen. Wir sind 1993 in Hamburg gestartet. Nach kurzer Zeit hatten wir drei Standorte. Die Expansion in weitere Gebiete war neben finanziellen auch mit personellen Hürden verbunden. Man braucht vor Ort gute Leute, die den Markt kennen und auch unternehmerisch denken und handeln. Darüber hinaus ermöglicht das Franchising, einen gleichbleibend hohen Qualitätsanspruch auf alle Standorte zu übertragen. Viele Standorte in Metropolen und große Shops betreiben wir nach wie vor selbst.“





Gibt es Synergieeffekte zwischen den einzelnen Standorten und wie sind diese spürbar?

„Natürlich gibt es Synergien. Die Unternehmen und Dependancen sind auf allen Ebenen miteinander verzahnt. Durch die Dichte unserer Standorte und die Expertise vor Ort haben wir die Möglichkeit, unseren Kunden erstklassige Immobilienlagen zu vermitteln. Darüber hinaus nutzen wir Synergieeffekte zwischen dem Maklergeschäft und der Projektentwicklung.“

Das Unternehmen wurde zum dritten Mal mit dem Siegel „Bester Immobilienmakler Deutschlands“ ausgezeichnet. Wie schaffen Sie es, die gleichbleibend hohe Service-Qualität auf alle Standorte zu übertragen?

„Wir haben von Anfang an darauf geachtet, die Marke zu stärken und die damit verbundenen Werte zu leben. Mittlerweile haben wir eine eigene Abteilung für das Lizenzmanagement und nutzen unsere eigene Real Estate School zur regelmäßigen Schulung aller Mitarbeiter. Nicht zu unterschätzen ist das Onboarding – dafür nehmen wir uns die nötige Zeit und versuchen, neue Mitarbeiter auf allen Ebenen zu integrieren.“

Eines der am häufigsten diskutierten Themen zum aktuellen Immobilienmarkt in Hamburg ist der seit Jahren andauernde Preisanstieg in nahezu allen Lagen. Wie sehen Sie diese Entwicklung? Setzt sich dieser Preistrend fort oder hält sich das bestehende Preisniveau?

„Wenn ich das wüsste“, lächelt Dahler. „Das ist wie der Blick in die Glaskugel – das kann niemand vorhersagen. Die letzten Jahre haben jedoch gezeigt, dass nichts unmöglich ist. Selbst in der aktuellen Situation sind die Preise weiter gestiegen. Sicher nicht zuletzt, weil es schwieriger geworden ist, gute Anlagemöglichkeiten zu finden und auch der Trend zur eigenen Wohnimmobilie immer stärker spürbar ist. Ich sehe aktuell keine Zeichen für ein baldiges Ende der Preisentwicklung.“



"Unser Geschäft lebt von den Menschen, der Expertise und Vertrauen."



Projektentwicklung von Wohnimmobilien – exklusiv und begehrt

Auf welches Ihrer Projekte sind Sie besonders stolz?

„Mich freut es besonders, wenn wir Projekte in einzigartigen, nicht reproduzierbaren Lagen entwickeln können. Dazu zählt natürlich das Projekt am Strandkai. Spannend ist auch die Entwicklung des südlichen Überseequartiers. Hier arbeiten wir Hand in Hand mit Unibail Rodamco Westfield und bauen Wohnungen auf die neu entstehenden Einzelhandelsflächen. Dieses Projekt ist besonders komplex und die Realisierung macht mich schon etwas stolz.“

Welche Auswirkungen erwarten Sie durch die im Dezember in Kraft tretende Neuregelung bei Maklerprovisionen?

„Das ist noch nicht absehbar, ich sehe aber langfristig keine Beeinträchtigung für unsere Geschäftsfelder. Das bereits umgesetzte Bestellerprinzip hatte ebenfalls wenig Auswirkungen für uns. Sicher gibt es einige Immobilien in Eigenvermarktung. Der Verkauf mit allen zugehörigen Details ist jedoch nicht zu unterschätzen. Unser Geschäft lebt von den Menschen, der Expertise und Vertrauen.“

Anzeige



**Konditionsrechner
starten**



hypo 
hamburg.de[®]
Immobilien günstiger finanzieren

Gewerbefinanzierungen
in Kooperation mit

COMPEON

hypo-hamburg.de/compeon

Der (un)kooperative Mensch

Veranlagung oder Prägung?

Von Gabriela Friedrich

Die
Autorin



Gabriela Friedrich ist seit 27 Jahren Kommunikationsberaterin mit Führungserfahrung und seit 26 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

Ein Großteil von Synergieeffekten ist das Resultat guter zwischenmenschlicher Beziehung. Man verbindet sich vertrauensvoll und schafft gemeinsam etwas, das größer als die Summe seiner Teile ist und allen Beteiligten dient. Mentaltrainerin Gabriela Friedrich erforscht biologische und psychologische Hintergründe kooperativen bzw. unkooperativen Verhaltens.

Erinnern Sie sich noch an Charles Darwins These, Lebewesen seien ihrer innersten Natur nach Kämpfer im Verdrängungskampf? Damit schuf er ein Menschenbild, das sich bis heute in vielen Köpfen hält und auch so manch Entscheidung in der Wirtschaft beeinflusst. Da sollen Märkte erobert, Mitbewerber entweder rücksichtslos verdrängt oder geschluckt und der Sieg fürs eigene Unternehmen errungen werden. Sehr martialisch – doch, wie wir mittlerweile wissen, komplett am Naturell des Menschen vorbei.

Der Mensch ist von Natur aus ein kooperatives Wesen.

In seinem Buch „Prinzip Menschlichkeit – Warum wir von Natur aus kooperieren“ trägt der Medizinprofessor und Psychotherapeut Joachim Bauer Beweise aus Neurobiologie und Sozialbiologie zusammen, die klar aussagen: Der Mensch ist für gelingende Beziehungen gemacht. Spiegelneurone ermöglichen uns Empathie, Neurotransmitter belohnen uns mit Wohlgefühl, wenn wir jemandem geholfen haben, uns anerkannt fühlen oder Gemeinschaft erleben. Und das Gefühl, das uns am glücklichsten macht, ist Liebe, die uns denn auch zu uneigennütigen Taten motiviert und unsere besten Seiten zutage fördert.

Warum fällt soziales, kooperatives Verhalten manchen Menschen trotzdem so schwer?

In meinem Beitrag über Change-Management (HU 2/2020) hatte ich die Führungskrafttypologien Hai, Delfin und Karpfen beschrieben. Die Haie sind diejenigen, die ganz in Einklang mit Darwins Vorstellungen andere bis zur Vernichtung bekämpfen und den eigenen Sieg über den Sieg des Systems stellen. Win-Win-Kooperationen mit menschenfreundlichen Synergieeffekten kommen in ihrem Lösungsportfolio nicht vor. Ihre Vorstellung von Synergieeffekt ist es, einen Mitbewerber zu übernehmen und dann durch Personalreduzierung Kosten zu senken. Wie kann es sein, dass sie trotz ihrer guten biologischen Voraussetzungen so asozial handeln? Dafür gibt es mehrere mögliche Ursachen:

1. Die entmenschlichende Wirkung von BWL

So wichtig es ist, das wirtschaftliche Fundament eines Unternehmens immer im Blick zu haben, so sehr kann das Denken in Kennzahlen auch die Wahrnehmung verzerren und die Handlungsoptionen einschränken. Beispielsweise erzählte mir ein Sparkassenvorstand, der die Leitung eines in Schieflage geratenen Geldinstitutes übernommen hatte, folgende Erfahrung: Er versuchte zunächst die Sanierung in traditioneller BWLer-Manier mit dem Blick auf die Zahlen: Personalkürzungen, Kosteneinsparungen, Prozessoptimierung. Ohne Ergebnis. Dann erst wurde ihm bewusst, dass hinter den Kennzahlen von Kundenerträgen und Personalkosten reale Menschen mit emotionalen Bedürfnissen steckten. Als er anfang den gerecht zu werden, drehte sich die ganze Sparkassensituation ins Positive. Und – angenehmer Nebeneffekt – er fühlte sich in seiner Leitungsfunktion viel wohler.

2. Psychische Störungen

Nicht jeder Mensch ist psychisch vollkommen gesund. Depressionen stehen dabei im Fokus der Öffentlichkeit und werden wegen der Suizidgefahr viel diskutiert. Doch gibt es auch andere Störungen wie z.B. Psycho- und Soziopathie sowie Narzissmus oder durch Stürze auf den Kopf verursachte Hirnfunktionsstörungen, die sich auf das soziale Verhalten und damit auf die Fähigkeit, optimale Kooperationen zu gestalten, negativ auswirken. Allerdings bemühen sich nur wenige von derartigen Störungen Betroffene um eine Behandlung, weil der Leidensdruck fehlt. Schließlich wissen sie nicht, wie viel reicher und emotional befriedigender ihr Leben und ihre berufliche Situation dadurch würde...

3. Prägungen in Kindheit und Erwachsenenalter

Der wahrscheinlich häufigste Einfluss auf die Kooperationsfähigkeit sind prägende Erfahrungen sowie in der Kindheit vermittelte Weltbilder. Stellen Sie sich ein Kind vor, dem man zuhause immer verbal oder nonverbal signalisiert, die Welt sei ein gefährlicher Ort und man dürfe Menschen nicht vertrauen. Man müsse sich immer vorsehen, um nicht übervorteilt zu werden. Solche Überzeugungen prägen sich tief ein und bestimmen bewusst oder unbewusst das zwischenmenschliche Verhalten und damit auch die Fähigkeit Kooperationen derart zu gestalten, dass aus ihnen etwas Großes, für alle Beteiligten Erfüllendes entsteht. Oder denken Sie an ein familiäres Umfeld mit einem stark kompetitiven Spirit. Wer dort heranwächst, ist auf Siegen im Kampf aus, nicht auf Lösungen, die auf Kooperation basieren. Schon ein einziger so auf Misstrauen oder Kampf konditionierter Mitarbeiter in einem Team kann die konstruktive Zusammenarbeit massiv stören.

Natürlich endet die Prägephase niemals. Wer als Unternehmer einmal erlebt hat, wie sein Vertrauen oder seine Kooperationsbereitschaft massiv enttäuscht wurde, kann dadurch ebenfalls – bewusst – oder unbewusst – nachhaltig geprägt sein. So sehr, dass auch dann ein erfolgreiches Miteinander nicht mehr funktioniert, wo es gefahrlos möglich wäre.

Fazit: Das Potential zu erfolgreichen Kooperationen ist Ihnen angeboren. Nutzen Sie es!



„Kooperationen werden aus Vertrauen geschmiedet!“

Dr. Reiner Brüggelstrat über die Bedeutung von Netzwerken

Von Falk Röbbelen

Oliver Nimz



Mit Leidenschaft für ein starkes Miteinander

Seit fast fünfzehn Jahren kooperieren die Hamburger Volksbank und die Hamburger Familienunternehmer erfolgreich. Einer, der diese Beziehung mit ins Leben gerufen und sie durch eigene Präsenz immer wieder mit Leben gefüllt hat, ist Dr. Reiner Brüggelstrat, Vorstandssprecher der Hamburger Volksbank. Bevor er sich am 30. September in den Ruhestand verabschiedet, hat sich Falk Röbbelen mit ihm zu einem ausführlichen Interview getroffen.

Falk Röbbelen liest einen Ausschnitt aus einem Artikel, den RB geschrieben hat, ohne darauf hinzuweisen, und bittet um einen Kommentar:

„Um die epochalen Anforderungen an die digitale Transformation von Unternehmen, Sozialsystemen und ganzen Gesellschaften Erfolg versprechend angehen zu können, muss die wichtigste Eigenschaft der Menschheit aktiviert werden: das flexible Kooperieren untereinander. In einer Zeit, in der es keine festen Ordnungen, sondern nur noch Orientierung und Haltung geben kann, ist ein Netzwerk vortrefflich geeignet!“

RB (lächelt wissend): Das muss ein sehr kluger Mann geschrieben haben. Ich sehe viele Elemente, die ich auch für unsere Aktivitäten für wichtig erachte. Flexibilität, Netzwerk, Digitalisierung und entscheidend: Menschen!

Thema dieser Ausgabe ist: Synergien. Wir beide spielen gemeinsam Fußball in einer synergetischen Runde mit Entscheidern aus Wirtschaft und Politik. Was bedeuten für Dich Synergien?

Synergien entstehen, wenn es uns gelingt, unterschiedliche Perspektiven zu fokussieren und gemeinsame Ziele zu erfragen. Kooperationen sind für mich deswegen faszinierend, weil sie Kreativität freisetzen können und weil sie aus Vertrauen geschmiedet werden.

Das Thema Synergien hat Dich intensiv begleitet. Vor 20 Jahren bist Du zur Hamburger Bank gekommen und hast 2007 an der Fusion zweier Volksbanken gearbeitet. Welche Synergien haben funktioniert?

Alles das, was wir uns davon versprochen haben! Uns ist es damals gelungen, zwischen den potenziellen Partnern Vertrauen aufzubauen. Mit Geschäftspartnern gelingt das, wenn man an einer Sache, an einem Zusammenhang, an einem Projekt arbeitet. Hinzu kam der emotionale Faktor: Wir haben damals gemeinsam das Sponsoring der Hamburg Freezers auf den Weg gebracht. Das hat uns emotional verbunden. Entscheidend war auch der richtige Zeitpunkt! Ein Jahr später, in 2008, kam die Finanzkrise. Da hatte sich die Hamburger Volksbank schon gefunden. In der Finanzkrise hat das genossenschaftlich organisierte Netzwerk seine Leistungsfähigkeit bewiesen.

Das spricht dafür, dass du Krisen vorher erkennst. Die Fusion mit der Volksbank Lübeck hast Du Anfang dieses Jahres angeleiert. Oder ist diese Fusion an Corona gescheitert?

Gescheitert ist es zum einen an der Lübecker Seele. Das heißt, viele Eigentümer der Volksbank Lübeck haben sich nicht vorstellen können, dass ihre Seele in angemessener Form in einem gemeinsamen Gebilde gepflegt werden kann. Wir hätten 75% Zustimmung gebraucht und hatten 50%. Es hat aber sicherlich auch mit Corona zu tun. Am Anfang einer Beziehung ist der persönliche Kontakt und Austausch wichtig. Diese Möglichkeit hat uns Corona genommen – trotz aller digitalen Möglichkeiten.

Seid Ihr denn digital auf der Höhe der Zeit?

Auf der Höhe der Zeit bist Du nie. Die zukünftige Marktposition einer Bank wird stark davon bestimmt sein, persönliche und digitale Kompetenz gleichzeitig anzubieten. Für Firmenkunden ist oft der persönlichen Berater wichtig – auch im persönlichen Gespräch. Gleichzeitig muss er digitale Kontaktpunkte liefern, zum Beispiel, wenn es Warnsignale oder Optimierungsmöglichkeiten gibt.

Welche Synergien sind die wichtigsten, die ihr aus dem Bundesverband zieht?

Die wichtigste Situation, die aus unserem BVR, dem Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken, entsteht, ist eine unfassbar gute Lobbyarbeit. Unsere Bankenstruktur ist einzigartig in Europa. 1200 Regionalbanken – 400 Sparkassen und 800 Volksbanken – gibt es in keinem anderen europäischen Land. Damit bieten wir ein starkes, verlässliches, regionales Netzwerk. Das Erfolgsgeheimnis der starken, mittelständisch und familiär geprägten Wirtschaft Deutschlands. Diese Hidden Champions brauchen in ihrer Region einen Ansprechpartner, der ihre Problemlagen gut verstehen kann. Insofern sind wir ein Abbild unserer robusten und erfolgreichen Realwirtschaft.



Dr. Reiner Brüggelstrat ist Vorstandssprecher der Hamburger Volksbank. Der promovierte Wirtschaftswissenschaftler und Historiker begann seine Tätigkeit im Jahr 2000 im Vorstand des Vorgängerinstituts Hamburger Bank, seit 2002 als Sprecher. Vorher war er seit 1989 in den Sparkassen Essen und Gelsenkirchen tätig. In weiteren Funktionen engagiert sich der gebürtige Bochumer für die Belange der Metropolregion Hamburg, unter anderem als Vorsitzender des Ausschusses für Finanzwirtschaft der Hamburger Handelskammer und des Allgemeinen Norddeutschen Arbeitgeberverbandes e.V. (ANA).



13 Filialen von 28 werden geschlossen! Gilt denn weiter „Man kennt sich“ oder wurde das Motto vergrößert, mit „Ihr seid das Volk, wir Eure Bank!“, um sich zu verkleinern?

Die Entscheidung haben wir auch durch Corona getroffen. Aber die wirkliche Entscheidung haben unsere Kunden getroffen, die nicht mehr für jede kleine Serviceleistung in die Filialen kommen. Ab dem 17. März hatten wir coronabedingt nur 15 Filialen geöffnet. Und das hat funktioniert. Bereits vor anderthalb Jahren haben wir unser Dialog-Center aufgebaut, in denen zukünftig 33 Kolleginnen und Kollegen für unsere Kunden da sind, von 7 bis 19 Uhr, telefonisch, online oder über WhatsApp zu erreichen. Wir haben also mehr Ansprechpartner und die Öffnungszeiten sind ausgeweitet.

Was sagt der Banker zu Blockchain-Währungen u.a. Bitcoin?

Wir kennen den Vergleich, dass die Bitcoin-Produktion dem Stromverbrauch von Argentinien entspricht und welche negativen Folgen für ein Weltwährungssystem durch derartig unregulierte Währungen entstehen könnten. Wir als Banken sind Teil eines sehr regulierten Systems, um Krisen des Kredit- und Geldsystems zu vermeiden. Das haben wir mehrfach erlebt. Blockchain muss in ähnlicher Intensität reguliert werden.

Aber die Technik Blockchain, die ist zukunftsfähig, z.B. in Bezug auf eine Daten-Genossenschaft und die Möglichkeit, unsere Datensouveränität zu erhalten. Wollen wir nicht mitentscheiden, wer unsere Daten bekommt,

Daten-Genossenschaft mit Blockchain?

veredelt und zu einem vernünftigen Preis anonymisiert am Markt unterbringt? Eine Genossenschaft könnte die geeignete Rechtsform sein. Wir können hier kooperativ entscheiden, was mit unseren Daten passieren soll. Die Einlage sind Deine Daten, die Du an die Daten-Genossenschaft mit einer entsprechenden Vergütung gibst. Mit einer Blockchain-Verschlüsselung könnten diese „Micro-Payments“ funktionieren.

Wie dramatisch siehst Du die wirtschaftliche Entwicklung durch Corona?

Hamburger Unternehmen scheinen ganz gut aufgestellt und momentan mit Liquidität weitestgehend versorgt zu sein. Uns machen Unternehmen Sorgen, die schon vor Corona in Schieflage waren und durch Corona-Maßnahmen am Leben gehalten werden. Da haben wir als Bank eine volkswirtschaftliche Funktion, dem Unternehmer an der einen oder anderen Stelle zu sagen, dass das nicht mehr zukunftsfähig ist.

Zum 30.09. gehst nicht nur Du, sondern auch Dr. Thomas Brakensiek. Wird es durch Herrn Rathje eine neue Ausrichtung geben?

Neues Vorstandsmitglied ist neben Nils Abels, der so lange in dieser Bank ist wie ich, Rita Herbers, die von der Commerzbank kommt und mittelständische Erfahrung aus Ostwestfalen, aber auch aus New York mitbringt. Ich kann jetzt das Ruder mit gutem Gewissen an Herrn Rathje übergeben. Dieses Team wird das Schiff Hamburger Volksbank in voller Fahrt übernehmen und diese neue Mannschaft wird weitere Änderungen herbeiführen. Die Zeiten, in denen man ein bestelltes Haus übergeben, sind vorbei.

Hast Du Respekt vor dem Ruhestand? Stichwort „Pappa ante portas“. Gibt es Pläne? Können wir Dich möglicherweise demnächst im Verband der Jungen Unternehmer begrüßen?

Danke für das Kompliment. Ich habe Respekt, ja, aber in allererster Linie Freude. Ich habe mich mental und körperlich darauf vorbereiten können. Meine Frau hat mich gewarnt, ich solle nicht das Gleiche tun, was ich 20-30 Jahre getan habe, nämlich meinen Ruhestand zu strukturieren. Ich schaue also mal, welche Potenziale in mir noch schlummern, vielleicht auch unternehmerische... jedenfalls müssen wir demnächst mal wieder gemeinsam Fußball spielen.

Unbedingt! Vielen Dank, lieber Reiner, für das Gespräch und alles Gute für den neuen Lebensabschnitt!

Anzeige

FÜR HAMBURG GIBT ES MEHR ALS 1000 GUTE GRÜNDER.



STEFFEN WÜSTHOF,
LEITER FIRMENKUNDEN

IHR SEID DAS VOLK,
WIR EURE BANK.

 **Hamburger
Volksbank**



Synergien erzielen durch Umwandlung von Unternehmen

Von Peter Plennert

01 Ausgangslage

Wird der Zuschnitt von Unternehmen verändert, kann dies eine Vielzahl positiver Folgewirkungen bzw. Synergieeffekte mit sich bringen. Die Anpassung an oder die Generierung von Wachstum kann gleichermaßen Motiv einer Umstrukturierung sein wie der Wunsch nach einer geräuschlosen Liquidation zum Zwecke der Sanierung oder das schlichte Ziel, durch Nutzung von Synergien, Effizienzsteigerung und Steueroptimierung Kosten zu sparen.

Umwandlungen nach dem Umwandlungsgesetz (UmwG) bieten unter anderem die Möglichkeit, Unternehmen oder Unternehmensteile im Wege der Gesamtrechtsnachfolge zu übertragen. Das bedeutet, dass ein automatischer Übergang von Vermögenswerten, Rechten und Verbindlichkeiten durch einen einzigen Übertragungsakt erfolgt. Verträge mit Dritten gehen über, ohne dass die Zustimmung der Vertragspartner eingeholt werden muss. Anteilskontinuität und der in bestimmten Fällen mögliche Verzicht auf die Durchführung einer regulären – langwierigen – Liquidation sind weitere nützliche Charakteristika von Umwandlungen.

Üblicherweise haben Unternehmen, deren Geschäftsjahr dem Kalenderjahr entspricht, nur bis Ende August eines jeden Jahres Zeit, entsprechende Umwandlungsvorgänge zu finalisieren, wenn sie keine zusätzliche Zwischenbilanz aufstellen möchten. Für die Eintragung einer der in diesem Beitrag dargestellten Umwandlungsmaßnahmen im Handelsregister ist es nämlich erforderlich, eine sog. Schlussbilanz vorzulegen (in der Praxis häufig der Jahresabschluss zum vorangehenden Abschlussstichtag), deren Stichtag zum Zeitpunkt der Anmeldung nicht länger als acht Monate zurückliegt. Durch das Gesetz zur Abmilderung der Folgen der COVID-19-Pandemie im Zivil-, Insolvenz- und Strafverfahrensrecht vom 27. März 2020 wurde diese Frist nun (zunächst nur für das Jahr 2020) auf 12 Monate verlängert.

Bei Bedarf ergibt es also durchaus Sinn, sich jetzt mit dem Potential von Umwandlungen auseinanderzusetzen. Ein entsprechendes Vorhaben wäre grundsätzlich noch bis zum Ende des Jahres realisierbar. Dabei in den Fokus zu nehmende Umwandlungsarten sind die Verschmelzung und die Spaltung.

02 Verschmelzung

Für Verschmelzungen in Betracht kommen insbesondere Personenhandelsgesellschaften (OHG, KG), Kapitalgesellschaften (GmbH, AG, KGaA) sowie Genossenschaften. Diese können im Wege der Verschmelzung ihr Vermögen unter Auflösung und ohne Abwicklung auf eine andere Gesellschaft durch die beschriebene Gesamtrechtsnachfolge übertragen. Im Gegenzug für die Vermögensübertragung gewährt der aufnehmende Rechtsträger den Anteilsinhabern des übertragenden Rechtsträgers i.d.R. Anteile oder Mitgliedschaften. Der übertragende Rechtsträger erlischt durch die Verschmelzung und muss nicht mehr separat liquidiert werden.

Es gilt dabei die Verschmelzung durch Aufnahme, bei der eine bereits existierende Gesellschaft eine oder mehrere andere Gesellschaften aufnimmt, von der Verschmelzung durch Neugründung zu unterscheiden, bei der mehrere Gesellschaften ihr Vermögen auf eine neu entstehende Gesellschaft (NewCo) übertragen.

Durch eine Verschmelzung können Synergieeffekte zwischen zwei Gesellschaften genutzt werden, die ihr Potenzial gemeinsam besser entfalten können, als für sich allein. Auch grenzüberschreitende Verschmelzungen sind möglich.

03 Spaltung

Eine weitere Form der Umwandlung, die ihre Rechtsgrundlage im UmwG hat, ist die Spaltung. Sie ermöglicht die Übertragung von Teilen des Vermögens einer Gesellschaft ebenfalls als Gesamtheit auf einen oder mehrere andere Rechtsträger. Die Spaltung umfasst die Aufspaltung, die Abspaltung und die Ausgliederung. Jede dieser Umwandlungsarten ist, wie die Verschmelzung, jeweils zur Aufnahme (Übertragung von Vermögensteilen auf bestehende Rechtsträger) oder zur Neugründung (Übertragung von Vermögensteilen auf erst durch die Spaltung gegründete Rechtsträger) möglich.

Bei der Aufspaltung wird das Vermögen eines Rechtsträgers auf mindestens zwei andere Rechtsträger aufgeteilt, die nicht die gleiche Gesellschaftsform haben müssen. Der übertragende Rechtsträger erlischt, während dessen Anteilsinhaber Anteile an den übernehmenden Rechtsträgern erlangen. Bei der Abspaltung hingegen erlischt der übertragende Rechtsträger nicht. Er überträgt vielmehr nur einen Teil seines Vermögens auf einen oder mehrere Rechtsträger. Auch hier werden dessen Anteilsinhabern zum Ausgleich Anteile an den übernehmenden Rechtsträgern gewährt. Die sog. Ausgliederung entspricht im Grundsatz der Abspaltung. Jedoch erhalten hier nicht die Anteilsinhaber des übertragenden Rechtsträgers Anteile, sondern der übertragende Rechtsträger selbst. Das Vermögen wird in dieser Konstellation nämlich durch eine Tochter des übertragenden Rechtsträgers aufgenommen, so dass die Anteilseigner über ihre Anteile an der Mutter weiterhin indirekt beteiligt sind.

Je nach wirtschaftlicher Zielsetzung können die genannten Arten der Spaltung bewusst eingesetzt werden, um Synergieeffekte zu erreichen. Insbesondere zur Entflechtung historisch gewachsener Konzernstrukturen oder zur Vorbereitung der Veräußerung eines Unternehmensteils ist die Spaltung geeignet, ebenso für Sanierungszwecke.

04 Zusammenfassung

Umwandlungen sind für Unternehmer ein interessantes Instrument, um Synergien zu kreieren. Welche Umwandlungsart im Einzelfall die verfolgten Ziele am effizientesten erreicht, ergibt sich in der Regel aus einer Gesamtschau der rechtlichen, betriebswirtschaftlichen und steuerlichen Aspekte. Durch eine interdisziplinäre Beratung aus einer Hand können die verfolgten Ziele daher besonders zuverlässig erreicht werden.

Der
Autor



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

KPMG



Vom Akkordeon-Spieler zum Multi-Unternehmer

Wie aus der Finanzierungsidee fürs Studium eine Traumkarriere wurde

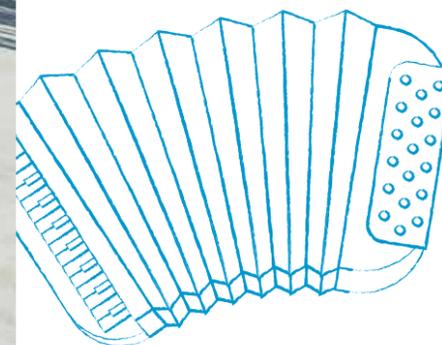
Die NORD EVENT GmbH ist eine der führenden Eventagenturen in Hamburg und ganz Norddeutschland. Mit 350 Mitarbeitern führt das Unternehmen mehr als 3.500 Veranstaltungen pro Jahr durch. Doch hinter dieser – und weiteren – Firmen steckt kein Eventmanager, sondern ein Elektroingenieur mit Leidenschaft für Unternehmertum.

Hans-Christoph Klaiber ist ein Mann der Tat. NORD EVENT ist dabei nur eine seiner vielen Unternehmungen. Weitere Unternehmen sind beispielsweise die HAKOH Handelsgesellschaften, ein Recruiting-Unternehmen sowie Gastronomiebetriebe. Dabei werden Synergien zwischen den Unternehmen gezielt genutzt.

Der gelernte Diplom-Elektroingenieur Hans-Christoph Klaiber hat die NORD EVENT GmbH 2000 in Lübeck gegründet. Seit 2005 ist der Hauptsitz des Unternehmens in Hamburg. Eine Erfolgsgeschichte.

Wie entstand die ursprüngliche Idee, die Ausrichtung von Events zum Geschäft zu machen, was war der erste Impuls?

„Mein Vater war Handwerker, meine Mutter Hausfrau. Um mein Studium zu finanzieren, musste ich mir also etwas einfallen lassen. So bin ich dazu gekommen, zuerst auf kleinen Veranstaltungen und später auf großen Galaveranstaltungen Musik zu machen. Meine Eltern hatten es mir glücklicherweise ermöglicht Akkordeon und Klavier zu erlernen. Damit kam auch der erste Kontakt zu den Events und nach ein paar Jahren als professioneller Musiker bin ich während des Studiums dazu übergegangen, eigene Events auf Schiffen und an Land zu organisieren und die Schiffe selbst zu verchartern. Eines dieser Schiffe war die ‚Mare Frisium‘. Dieses Schiff haben wir einige Jahre später für NORD EVENT gekauft. Daran war in den Anfangstagen jedoch noch nicht einmal zu denken“, erinnert sich Hans-Christoph Klaiber an die Anfänge des Unternehmens.



„Ich habe schon immer gern selbstständig gearbeitet und Chancen genutzt. Immer aus Freude am Projekt. So sind die Events immer größer und vielseitiger geworden und haben sich auch sehr schnell von der Schiffscharterung zu aufwendigen Firmenevents erweitert. Unsere ersten großen Kunden waren ein Hamburger Pharmaunternehmen und ein Bankenvorstand aus Frankfurt – beide mit einer Vielzahl von Veranstaltungsanfragen, die wir exklusiv bearbeiten durften. Dann ging alles ganz schnell – die NORD EVENT wuchs rasant und aus einer anfänglich kleinen Agentur mit wenigen Mitarbeitern wurde ein Voll-dienstleister mit über 300 Kollegen.“

Wir treffen uns auf dem Dreimaster ‚Mare Frisium‘ im Hamburger Hafen. Glänzend liegt das Schiff im Sonnenschein – im Hintergrund die Elbphilharmonie. Der Windjammer war 2019 das offizielle Kieler Woche-Schiff.

„Wir haben die ‚Mare Frisium‘ seit über 10 Jahren hier in Hamburg im Einsatz“, erzählt Hans-Christoph Klaiber und man spürt sofort seine Begeisterung.

„Jedes Jahr liegt das Schiff über zwei Monate in der Werft und wird von Grund auf für die kommende Saison vorbereitet. Im Laufe der Jahre wurden alle technischen Instrumente auf den neuesten Stand gebracht und wenn es hier im Wasser der salzhaltigen Elbe liegt, findet man dennoch keinen Krümel Rost an Bord – darauf legen wir sehr viel Wert. Alles muss passen. So wie das Akkordeonspiel auf den Schiffen, es muss alles authentisch sein. Eben typisch Hamburg. Unsere Flächen haben alle das besondere Etwas: ein Schiff im Hamburger Hafen, das Ehemalige Hauptzollamt, die Penthäuser mit einem atemberaubenden Blick über das gesamte Stadtpanorama, der Germania Ruderclub auf der Alster, ein historischer Speicherboden, das Automuseum Prototyp und viele mehr.“



**„Mare Frisium“,
das Eventschiff
am Sandtorhöft**

Zum Unternehmen gehören auch die VLET Restaurants. Wie entstand die Idee, neben den Events auch eigene Restaurants zu betreiben?

„Alles begann mit der Suche nach passenden Weinen für die Veranstaltungen. Heute sind die Restaurants essentieller Bestandteil unseres Erfolges. Mit dem Bau unserer Catering-Manufaktur auf dem Fleischgroßmarkt in der Schanze wurden die Speisen- und Menükreationen immer aufwendiger. Die Speisen wurden gemeinsam mit dem Kunden und dessen Mar-

ketingexperten entwickelt, damit sich die Markenbotschaften der Veranstaltungen auch auf dem Teller der Gäste widerspiegeln. Während dieser Zeit haben wir nach einem authentischen Rahmen zur Präsentation der Speisen und zur Auswahl der korrespondierenden Weine gesucht. Die Räume in der Catering-manufaktur boten insbesondere für die Weinberatung einfach nicht den richtigen Rahmen. Oft steht und fällt die Auftragsvergabe jedoch mit der Weinauswahl. Mit den Restaurants kam auch ein Sommelier ins Team. Nichts eignet sich mehr als ein Restaurant, um in entspannter Atmosphäre alles probieren zu können. Die Synergien zwischen den Events und den Restaurants könnten nicht besser genutzt werden. Das Thema Wein hat uns über die Jahre immer weiter begleitet. Heute bieten wir in den Restaurants und bei NORD EVENT mit der VLET Linie eigens für uns von Winzern komponierte Weine an.

Gibt es weitere Synergien zwischen den unterschiedlichen Unternehmen?

„Die neu gegründeten Unternehmen sind alle aus der Bedarfsanalyse bei den bestehenden Unternehmen hervorgegangen und wir versuchen, alle möglichen Synergien unternehmensübergreifend zu nutzen.“

Strategischer Einkauf ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Geschäftsfelder.

Für die Veranstaltungen wird natürlich auch sehr viel Material benötigt. Allein für NORD EVENT benötigen wir jährlich 10 bis 15 40ft-Container mit Produkten wie Gläser, Teller, Besteck, Stühle, Produktions- und Elektroartikel, Mobiliar und vieles mehr. Wir werden nach den Veranstaltungen oft von Gästen und Kunden angesprochen, ob man bestimmte Möbelstücke oder Porzellane auch für den eigenen Bedarf bei uns erwerben könne. Die beiden Faktoren – hoher Eigenbedarf und hohe externe Nachfrage – haben uns vor einigen Jahren dazu bewogen ein weiteres Unternehmen zu gründen: die HAKOH Handelsgesellschaften. Die perfekte Synergie“, schildert Klaiber die Entstehungsgeschichte dieses Unternehmens.



„HAKOH deckt umfassend die Bereiche Einkauf und Beschaffung ab und ist in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen. Somit kann neben dem Eigenbedarf auch der strategische Einkauf der Kunden optimiert werden. Zu Beginn war das Unternehmen nur in Hongkong aktiv. Mittlerweile hat das Unternehmen auch Standorte in Deutschland, China, Schweden und den Niederlanden. Die Produktpalette umfasst neben den Bereichen Gastronomie- und Eventausstattung auch die Bereiche Verpackungen und Gesundheitsprodukte. Insbesondere die gute Vernetzung im Mittelstand und in der Industrie haben dem Unternehmen in kürzester Zeit zu sehr nachhaltigem Wachstum verholfen – übrigens ähnlich wie zu Beginn der NORD EVENT und meiner Tätigkeit als Musiker“, lacht Klaiber.



Hans-Christoph Klaiber ist Geschäftsführer der Firma Nord Event. Seit dem Jahr 2000 prägt die Firma den Eventmarkt und ist mit ca. 3500 Veranstaltungen jährlich und 350 Mitarbeitern in der Branche eins der führenden Unternehmen Norddeutschlands. Individuelle und maßgeschneiderte Konzepte zeichnen Nord Event und die Philosophie der innovativen Firma aus.

www.nordevent.de

War Ihnen vor 20 Jahren klar, wohin die Reise mit Ihren Unternehmungen geht?

„Nein, keinesfalls. So etwas ist auch nicht planbar. Dazu braucht es mehr als den Einzelnen mit einer Idee. Ich hatte das Glück, über die ganzen Jahre mit einem tollen Team zusammenzuarbeiten. Wenn man kein gelernter Koch ist und ein Restaurant eröffnen möchte, wird es schnell schwierig. Herr Karl, gelernter Koch und Geschäftsführer der NORD EVENT, gehört schon seit vielen Jahren zu unserem Team und hat, wie viele andere, die Entwicklung sehr aktiv begleitet. Als wir die erste Fläche in der Speicherstadt bezogen haben – die ehemalige Kaffeebörse –, dachte ich, dass diese Immobilie viel zu groß sei. Irrtum! Kurz darauf folgte schon die zweite große Eventlage unterhalb des Miniatur Wunderlands. Wir haben die ganze Zeit über viel, aber mit großer Freude gearbeitet. Wir haben unser Herzblut in die Projekte gelegt und ernsthaft am Erfolg gefeilt. Das Geldverdienen stand dabei nie im Mittelpunkt, meine Einkünfte sind meist direkt wieder in die Finanzierung neuer Ideen und Möglichkeiten geflossen. Mit klarem Fokus darauf, Möglichkeiten entschlossen zu nutzen statt lange zu grübeln oder zu zweifeln.“



Inklusion spielt bei Ihnen eine große Rolle, wie kam es dazu und wie setzen Sie das um?

„Die Arbeit mit Menschen mit Behinderung war schon von Beginn an ein großes Thema. Bereits als Student, später als wissenschaftlicher Mitarbeiter der Universität zu Lübeck und auch als wir unsere ersten Büros in den MediaDocks Lübeck bezogen hatten, bin ich gern ins Café Marli gegangen. Das Café der „Beschützenden Werkstatt“ der Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung ist ein einzigartiger Ort und strahlt eine besondere Ruhe aus. Von dort habe ich viele positive Impulse und Energie mitgenommen.“

Menschen mit Behinderung sind fester Bestandteil unseres Teams und wir haben für diese Kollegen und Kolleginnen eine gute Ausbildungsstruktur geschaffen.

Einige sind bereits seit mehr als 10 Jahren an Bord. Die Zusammenarbeit wirkt sich in jeder Hinsicht positiv auf das Unternehmen aus, entschleunigt einen hektischen Tagesablauf, erdet die Mitarbeiter und fördert das Miteinander. Darauf sind wir sehr stolz.“

Worauf sind Sie außerdem noch stolz und welches Event würden Sie gerne mal ausrichten?

„Ich bin besonders stolz auf unseren Ausbildungsbereich mit gut 70 Auszubildenden in den unterschiedlichsten Bereichen. Auch unsere Locations versetzen mich nach wie vor ins Staunen und ich freue mich, dass wir die Projekte in diesen besonderen Lagen realisieren durften. Oft hatten wir einfach die richtige Nase – das gehört auch dazu. Tolle Menschen kennenlernen und gemeinsam Neues schaffen. Wenn ich im VLET am Jungfernstieg sitze und aufs Wasser blicke, macht mich das ebenfalls sehr glücklich. Wir sind in Norddeutschland aktiv, aber Hamburg ist dennoch unsere Heimat.“

Aus aktuellem Anlass würde ich natürlich gern einmal ein Event auf dem Flying P-Liner Peking ausrichten. Dieses Schiff hat für mich eine ganz besondere Ausstrahlung und Aura. Auch deshalb, weil ich als Musiker unzählige Stunden auf dem Schwesterschiff Passat am Lübecker Priwall verbringen durfte.“

Was sind häufig ungenutzte Synergie-Effekte, die Sie anderen Unternehmen ans Herz legen würden?

„Oft werden besonders in Fachabteilungen mit großen Arbeitsvolumina Tätigkeiten outgesourct. Hier hilft es, den Blick zu schärfen und zu schauen, ob aus diesen Tätigkeitsfeldern nicht ein eigenes Unternehmen entstehen kann. Die Kunst liegt darin, Synergien zu erkennen und stringent zu nutzen. So können echte Mehrwerte geschaffen werden.“



Klarer Fokus auf Möglichkeiten statt auf Zweifel

Anzeige



Zukunftsforschung - Innovationen umweltpositiv gestalten

RESEARCH FOR FUTURE AG

Mit Hilfe unserer Begleitung Ihrer Innovationsprozesse werden Sie Ihr Geld nur in die besten Ideen mit den größten Marktchancen investieren. Auf der Basis fundierter Forschungsergebnisse.

researchforfuture.com

Alter Verwalter - warum digitale bAV-Portale das Leben vereinfachen

Administration der betrieblichen Altersvorsorge mit wenigen Klicks

Von Gabriela Friedrich

Bietet die Digitalisierung auch Lösungen für die komplexe, fehleranfällige und arbeitsaufwendige Verwaltung der betrieblichen Altersvorsorge? Ja, und sie sorgen für erhebliche Zeitersparnis, Sicherheit und Transparenz.



In mittelständischen Unternehmen hat die betriebliche Altersvorsorge (bAV) den Ruf, extrem aufwendig in der Administration zu sein. Zu Unrecht, denn längst gibt es clevere digitale Lösungen, mit denen sich die Verwaltungsarbeit der bAV ähnlich standardisiert und effizient gestalten lässt wie die der Entgeltabrechnung.

Diese digitalen bAV-Portale können, was in der Personalabteilung sonst aufwendig erledigt wird: informieren und beraten, personelle Veränderungen mit wenigen Klicks erfassen, Verträge langjährig verwalten und pflegen, Kontoauszüge erstellen etc. Und weil in die Abwicklung der bAV-Prozesse viele verschiedene Personen und Funktionen involviert sind, verfügen sie über Schnittstellen für Stakeholder, schließlich sind die Kanzlei für Arbeitsrecht, das Steuerberatungsbüro für Löhne und Gehälter, ein unabhängiger Finanzdienstleister, ein oder mehrere Produkthanbieter (Versicherer, Pensionskassen etc.) und die eigene Personalabteilung involviert. Vor allem aber machen sie es jedem Mitarbeiter ganz leicht, zu jedem Zeitpunkt die Verträge und Dokumente zu seiner Altersabsicherung einzusehen. Diese Transparenz hat einen nicht zu unterschätzenden Effekt auf die Mitarbeiterbindung.

Wer keine digitale Lösung nutzt, der versinkt schnell in Aktenbergen: Dokumente ausdrucken, Daten manuell einpflegen, Dokumente unterschreiben, einscannen, versenden... Viele verschiedene Dokumente wandern zwischen den Beteiligten hin und her. Betriebseintritte mit mitgebrachten Verträgen, Betriebsaustritte mit Deckungskapitalübertragungen zu anderen Versicherern durch Arbeitgeberwechsel, Beitragsfreistellungen durch Langzeitkrankheit oder Elternzeit – während einer Vertragslaufzeit kann es zu diversen Bearbeitungssituationen kommen, die das Unternehmen eines immer kosten: Zeit und damit Geld!

Bis zu 90 Prozent dieser Arbeitszeit können bAV-Portale einsparen. Außerdem verhindern sie durch die Automatisierung unternehmerisch riskante Fehlerpotentiale und bereiten Daten automatisch für alle daran Beteiligten auf.

Besonders Unternehmen, die in ihrer Mitarbeiterzahl stetig wachsen oder eine natürliche Fluktuation aufgrund einer dynamischen Branche zu verzeichnen haben, freuen sich über digitale Tools zur Arbeitserleichterung.

Dabei bedeutet digital nicht etwa, eingescannte PDFs per Mail zu versenden, sondern vielmehr die Prozesse automatisiert zwischen den Beteiligten weiterzureichen und von ihnen bearbeiten zu lassen. Notwendige Vorgänge oder Dokumente können per Freigabe auf Knopfdruck erledigt werden. Personalisierte Login-Strukturen und Zeitstempelerfassungen verhelfen zum nachhaltigen Überblick und zur einfachen Verwaltung von Protokollen und Verträgen. Diese Synergieeffekte machen aus der bAV-Verwaltung eine Win-Win-Situation für Arbeitgeber und Arbeitnehmer.

Hierfür gibt es einige wenige professionelle Anbieter am Markt, die eines eint: den zeitlichen Verwaltungsaufwand für das Unternehmen auf ein Mindestmaß zu reduzieren. Auch der ein oder andere Produkthanbieter (Versicherer etc.) bietet eigene digitale Helferlein, aber welche Personalabteilung will sich im Laufe der Jahre in unterschiedlichsten Cloudportalen durchklicken, um eine Vielfalt von Verträgen zu verwalten? Wer eine von Produkthanbietern unabhängige Beratung in Anspruch nehmen möchte, kommt an freien Spezialmaklern in diesem Geschäftsfeld nicht vorbei. Und wer dann als Versicherer in diesem Marktumfeld aktiv sein will, muss dem normierten Webservice nach BiPRO Standard gerecht werden.

Der bAVpilot vom Hamburger Versorgungswerk ist so ein digitaler Helfer, der den Personalabteilungen die Arbeit massiv erleichtert.

Er funktioniert Produkthanbieter-unabhängig, von Verträgen bei Allianz bis Zurich, es kann also alles effektiv verwaltet werden. Dem Personal verschafft er im Arbeitgeberportal einen konsolidierten Überblick, während der Mitarbeiter die für ihn interessanten Informationen im Mitarbeiterportal einsehen kann. Unternehmen, die den bAVpilot als hauseigenes Portal/Tool auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten haben wollen, bietet das Hamburger Versorgungswerk auch Individuallösungen an. Der Kostenaufwand je Mitarbeiter liegt für solche Portale am Markt im monatlichen Cent- bis niedrigen Euro-Bereich, hingegen ist die Arbeitserleichterung und Enthftung des Unternehmens Tausende von Euro wert.

bAVpilot®

Datenschutz-Kriterien für die Wahl eines bAV-Tools:

- Daten-Speicherung in Deutschland in Hochsicherheits-Serverparks und Hochverfügbarkeits-Rechenzentren
- Daten-Speicherung nach den strengen Vorgaben des Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)
- https-Verschlüsselung sowie ein dem Versicherer-Standard entsprechendes SSL-Protokoll
- Zertifikate von Instituten für Datenschutz

Bündnis von acht Verbänden:

Für eine gute Erreichbarkeit der City



Hamburg steht vor großen infrastrukturellen Veränderungen. Das ist besonders im Wahlkampf zur Bürgerschaft Anfang des Jahres offensichtlich geworden. Neben den Grünen hat auch die SPD ein ähnlich lautendes Konzept für die Verkehrsberuhigung der Hamburger Innenstadt vorgestellt. Erklärtes Ziel aller Pläne ist die Zurückdrängung des Individualverkehrs.

In der teils sehr emotional geführten Debatte kam der Hamburger Wirtschaft ein essenzieller Punkt zu kurz: die Versorgung der Hamburger City mit oft lebensnotwendigen Waren und Dienstleistungen. Aus diesem Grund hatte sich im Februar 2020 ein Bündnis aus dem AGA Unternehmensverband und der Handwerkskammer Hamburg zusammen mit sechs weiteren Verbänden aus unterschiedlichsten Wirtschaftsstufen gebildet. Mit der Kraft der vielen Tausend Mitgliedsunternehmen will diese Allianz das Beste für die Innenstadt und die Hamburger Bürger herausholen.

Die Unterstützer des Bündnisses – Handwerker, Großhändler, E-Commerce, Logistik, soziale Dienste, Sicherheitsdienste, Handelsvermittler, Möbelspediteure und Expresskuriere – setzen sich für den Wirtschafts- und Lieferverkehr ein, der unentbehrlich für das tägliche Leben in unserer Stadt ist. Gewerbe- und Lieferverkehre halten die Stadt am Laufen. Grund für den



Zusammenschluss dieser auf den ersten Blick sehr heterogen wirkenden Einzelverbände war der Antrieb, dass durch das Zusammenwirken verschiedener ökonomischer Kräfte eine bessere Gesamtleistung zu erzielen ist. Frei nach dem Motto: Zusammen sind wir stark.

Wie auch der Hamburger Senat befürwortet das Bündnis die Reduzierung von verkehrsbedingten Schadstoff- und Treibhausgasemissionen und engagiert sich dafür, die Lebens- und Aufenthaltsqualität in der Innenstadt als Ort zum Wohnen und Arbeiten weiter zu verbessern.

„Aber jede zusätzliche Maßnahme zur Verminderung des Fahrzeugaufkommens in der City muss die Wirtschaftsverkehre und deren unentbehrliche Funktionen als Versorger und Dienstleister berücksichtigen. Bestehende Einschränkungen führen bereits heute zu erheblichen Beeinträchtigungen“, so Dr. Hans Fabian Kruse, Präsident des AGA Unternehmensverbandes.

Mittlerweile hat die Allianz für die Wirtschaftsverkehre in der Hamburger City deutlich an Attraktivität gewonnen. Und weitere Verbände wollen die Synergien bei diesem Projekt nutzen. So haben sich die Allianz für Sicherheit in der Wirtschaft Norddeutschland (ASW) und die HBAW – Die Hamburger Bau- und Ausbauwirtschaft dazu entschlossen, dem Bündnis beizutreten und diesem noch mehr Kraft zu verleihen.

Diese Kraft wird auch notwendig sein, weil durch die Corona-Pandemie alle Handelstufen bis Jahresende – und wohl auch darüber hinaus – massive Umsatz- und Gewinneinbrüche erleiden werden. „Jetzt ist die Zeit, in der die Hamburger

**AGA-Präsident
Dr. Hans Fabian
Kruse**



Politik zusammen mit der Wirtschaft nach Lösungen suchen muss. Eine wirtschaftsfeindliche Politik, wie sie eine massive Beschränkung der Lieferverkehre in der Hamburg City darstellt, darf es nicht geben“, unterstreicht Dr. Kruse. Denn wie systemrelevant die Verkehre in der Innenstadt seien, habe sich in den vergangenen Monaten deutlich gezeigt. Gerade deswegen dürften Wirtschafts- und Lieferverkehre nicht zusätzlich diskriminiert werden. „Wir müssen unsere Kunden und unsere Kunden müssen uns erreichen können“, so Dr. Kruse.

Die größte Befürchtung der Allianz für Wirtschaftsverkehre ist, dass der neue Hamburger Senat in den kommenden Wochen Nägel mit Köpfen macht und verkehrspolitische Entscheidungen trifft, durch die die Hamburger City nicht oder nur noch eingeschränkt für den notwendigen Wirtschaftsverkehr zu erreichen ist. Deswegen strebt die Allianz einen intensiven Austausch mit dem verantwortlichen Neu-Senator Anjes Tjarks (Bündnis 90/Die Grünen) an.

www.aga.de

Anzeige



FOTOGRAFIE
Marc Schultz-Coulon

Mitarbeiterfotos · Businessfotos · Veranstaltungen · Präsentationen · PR

Mobil 0172 417 83 22 · Mail : info@schultz-coulon.de

www.schultz-coulon.de



Blue love



116,93 €

Hoodie: Kapuzenbruder Adenauer&Co.

Kapuzenpullover mit geradem Schnitt. Große, kontrastfarbige Verzierung auf der Vorderseite. Anker-Logo-Stickerei auf dem linken Oberarm. Kängurutaschen, breite Rippbündchen an den Ärmeln und dem Saum. Offene Kanten um die Kapuze. Der Kapuzenbruder A&Co ist so bequem und soft, dass Sie ihn nie wieder ausziehen möchten.

Adenauer&Co Hamburg, Gerhofstraße 36 - 38



29,90 €

Genusshelden für Hamburg

In diesem Buch präsentiert der bekannte Weinexperte und Autor Gerd Rindchen 30 Porträts und Rezepte von leidenschaftlichen Menschen, die Hamburg kulinarisch besser machen. So ist seine liebevolle Sammlung Einladung zur kulinarischen Weltreise direkt vor der Haustür und lustvolle Anleitung zum Ausprobieren in der eigenen Küche.

ISBN-10: 3960605161



189,00 €

Einzigartiger Rucksack

Praktisch, schön und groß (max. Volumen 21 Liter). Der Rucksack wird aus aufwendig handgestaltetem Canvas gefertigt und einzeln per Hand bestempelt. Die Rückwand ist gepolstert und macht ihn auch bei längerem Einsatz bequem - ebenso wie die breiten, verstellbaren Tragegurte aus stückgefärbter Baumwolle.

www.the-art-of-hamburg.de

5,49 €

Hanseatensalz

Das Hanseatensalz passt zu allen herzhaften Speisen und ist zum Kochen und Nachwürzen bestens geeignet. Die Zutaten: weißes Meersalz, rotes Paprikapulver und Zwiebel, schwarzer Pfeffer, Sellerie und Cumin.

www.ankerkraut.de



ab 450,00 €

BLAC Eyewear

Die neue Kollektion des dänischen Brillenlabels BLAC besticht durch von Hand gefertigte Rahmen aus Carbon. Diese sind nicht nur sehr stabil und super leicht, sondern sehen auch einfach cool aus. Erhältlich bei

OPTIKO Hamburg, Großer Burstah 25



ab 2.295,00 €

Strandkorb Kampen Teak

In Gärten, auf Terrassen und Balkons sieht man ihn immer häufiger stehen: einen Strandkorb. Mehr als jedes andere Sitzmöbel verkörpert er maritimes Urlaubsfeeling, in dem sich der Alltag leicht vergessen lässt. Das Modell „Kampen Teak“ der Strandkorb-Manufaktur Buxtehude ist ein besonders komfortabler und großzügiger 2,5-Sitzer.

www.strandkorbprofi.de

Anzeige



HAMBURGER
VERSORGUNGSWERK
Betriebsrente für den Mittelstand

Rechtsanspruch auf Betriebsrente!

Seit 2002 haben Ihre Arbeitnehmer einen Rechtsanspruch auf eine Betriebsrente, mit dem Betriebsrentenstärkungsgesetz sind Sie zudem zu Arbeitgeberzuschüssen verpflichtet!

2019

15% verpflichtender Arbeitgeberzuschuss

2005

Recht auf Portabilität

2002

Rechtsanspruch auf Entgeltumwandlung

1974

Einführung Betriebsrentengesetz

Mit über 20 Jahren Erfahrung sorgen wir für Risikominimierung und betreuen Betriebsrenten, unabhängig von Produktanbietern



Maximale Marktabdeckung mit weiteren Anbietern

Innovationshauptstadt Hamburg

Vernetzung statt Finanzierung?

Von Gabriela Friedrich und Björn Castan

Im Koalitionsvertrag und im Entwurf der Innovationsstrategie für Hamburg sind viele gute Ansätze formuliert, um Hamburg zu einer Innovationshauptstadt in Europa zu entwickeln. Dr. Björn Castan hat mit Vertretern der Wirtschaftsbehörde über den Fortschritt der Umsetzung und Anregungen aus der Wirtschaft gesprochen.

So sieht ein wertschätzender, sich gegenseitig inspirierender Austausch aus! Am 12. August traf sich Dr. Björn Castan per Videokonferenz mit Vertretern der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation. Andreas Richter, Abteilungsleiter Innovation und Cluster, hatte eingeladen und seine Kollegen Dr. Axel Menze, Innovation und Industrie, und Meike Waldi, InnovationsAllianz, hinzugebeten.

DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER bieten der Behörde bei der Realisierung der gemeinsamen Zielsetzung ihre Unterstützung und konstruktive Begleitung an. Die Politik sollte Wege frei machen und Hindernisse aus dem Weg räumen, damit Innovatoren aus aller Welt nach Hamburg kommen. Stärkere Anstrengungen sind dringend erforderlich, schließlich sei Hamburg als Innovationsstandort im internationalen Vergleich zurückgefallen. Seine Angebote im Namen des Verbands an die Behörde: Informationen an die Verbandsmitglieder kommunizieren, Events veranstalten, auf denen die Innovationsstrategie vorgestellt

wird, Unternehmerfeedback zu geplanten Maßnahmen an die Behörde zurückspielen, Know-how in Taskforces einbringen und Start-ups als Mentoren unterstützen.

Damit rannte er bei der Behörde offene Türen ein, denn schnell wurde klar: Dort sind Begeisterung und Engagement für Innovationsförderung groß, doch gleichzeitig fehlen Mittel für die praktische Umsetzung. Einer der Hauptgründe hierfür ist natürlich Corona. Die für ein Sonderinnovationsprogramm ursprünglich vorgesehenen Mittel werden deshalb voraussichtlich niedriger ausfallen als geplant. Umso wichtiger ist die finanzielle Unterstützung der Wirtschaft. Zwar hat sich das Hybridkonstrukt eines Innovations- und Wachstumsfonds mit städtischer Beteiligung als schwierig erwiesen. Doch zumindest ein bei Innostarter aufgehängtes Netzwerk, das kapitalsuchende, junge Unternehmen und Investoren zusammenbringt, funktioniert gut. Bleibt die Frage: Woher kommt das Geld für die komplexen, großen Innovationsprojekte? Hier sind auch die Hamburger Unternehmer aufgerufen, sich stärker zu engagieren.

Doch es gibt auch kostengünstige Maßnahmen, die dem Innovationsstandort Hamburg extrem helfen.

Beispielsweise wäre ein Innovationsportal hilfreich, das mindestens 120 inzwischen identifizierte Innovationsakteure in Hamburg zusammenführt und damit einen Überblick darüber ermöglicht, welche Player es in der Stadt bereits gibt. In diesem Portal könnten auch die Hamburger Hochschulen Transparenz über ihre Forschungsinhalte schaffen und Unternehmen könnten praktische Fragestellungen einbringen, die in der Wissenschaft erforscht werden. Auch die Innovationskontaktstelle soll weiter ausgebaut und vor allem der Informations-Transfer von Wissenschaft und Wirtschaft neu gedacht werden. Zusätzlich zu den schon vorhandenen acht Clustern sollen noch exzellente Wissenschaftscluster zu Themen wie Materialforschung, Infektionsforschung oder Klimaforschung identifiziert werden. Die Familienunternehmer regen zusätzlich an, auch Robotik als einen Schwerpunkt zu etablieren.

Ein großes Thema des Gesprächs waren auch die drei in Bau befindlichen Innovationsparks in Altona, Bergedorf und Harburg. Dabei ist der Innovationspark Altona Teil der Science City Bahrenfeld, einem Jahrzehnte-Projekt, in dem auch Firmen eine wesentliche Rolle spielen müssen.

Zu einem Leuchtturmprojekt könnte sich Clean Sky3 entwickeln, in dem es um grüne Luftfahrt, also emissionsfreies Fliegen der Zukunft geht.

Die Familienunternehmer und Die Jungen Unternehmer regen an, ein Science Center für Hamburg zu unterstützen und für eine Verbesserung der Kommunikation des Innovationsstandortes Hamburg verstärkt Delegationsreisen durch die Hamburger Innovationslandschaft anzubieten.

Fazit des Gesprächs: Die Vernetzung der Wirtschaft mit Wissenschaft, Forschung und Entwicklung hat sich zwar stark verbessert, doch muss noch besser kommuniziert werden, was es in Hamburg bereits alles gibt. Hierbei werden DIE FAMILIENUNTERNEHMER und die Wirtschaftsbehörde weiterhin eng zusammenarbeiten. Und wenn sich die Hamburger Wirtschaft mehr Innovations-Leuchttürme wünscht, wird sie nicht umhinkommen, hierfür einen wesentlichen Teil der Mittel beizusteuern.

Anzeige

ZUKUNFT F [DENK]ANSTÖSSE FÜR FAMILIENUNTERNEHMER

10. November 2020

9:30 – 12:00 Uhr

Mit ZUKUNFT F – [Denk]Anstöße für Familienunternehmer starten wir eine neue digitale Reihe rund um Innovation, Technologie und Transformation. Ein Diskurs im 8:1:8 Format, bei dem komprimiertes Expertenwissen mit direkter Interaktion der Teilnehmer verknüpft wird.

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Alle Infos und Anmeldung hier:
www.familienunternehmer.eu/zukunft-f
www.junge-unternehmer.eu/zukunft-f

Logistik-Herausforderungen Digitalisierung, Brexit, Stau



Nicola Rackebrandt, geschäftsführende Gesellschafterin, ist seit 13 Jahren im Familienunternehmen in der zweiten Generation tätig. STERAC Transport & Logistik ist ein Logistikunternehmen in Stapelfeld / Braak bei Hamburg. Seit über 40 Jahren werden Waren aller Art europaweit per LKW und vermehrt multimodal (Bahn und Schiff) transportiert. STERAC besitzt eine Flotte von knapp 200 Trailern und sechs Lagerhallen mit einer Kapazität von 25.000 Palettenstellplätzen. Alle Lagerhallen sind hochwertig ausgestattet und nach IFS Standards zertifiziert. Im Logistikbereich konzentriert sich STERAC auf die gesamtheitliche Supply Chain für den Handel mit Waren aller Art: Überseetransport, sämtliche zolltechnischen Aktivitäten, Wareneingang, Lagerung, logistische Dienstleistung und europaweite Distribution von Einzelkartons bis hin zu Komplettladungen innerhalb Europas.

01 Welches Thema beschäftigt Sie als Unternehmerin (neben den Corona-Einflüssen) derzeit am meisten?

Die wichtigsten Themen zurzeit sind die Digitalisierung und der Brexit. Vernetzung mit allen Prozessbeteiligten, Automatisierung der Prozesse, Datensicherheit, Umstellung auf neue Systeme, Transparenz der Lieferkette in Echtzeit für unsere Kunden und den Endempfänger sind nur einige Schlagworte im Bereich der Digitalisierung.

STERAC bietet alleine pro Tag 30 Abfahrten von und nach Großbritannien mit einer eigenen Flotte von fast 200 Trailern. Um hier den Warenfluss nach dem 31. Dezember 2020 sicherzustellen, müssen alle Prozessabläufe angepasst und auf einen Drittlandsverkehr umgestellt werden. Hier sind die Schlagworte: Informationen an unsere Kunden, Schulung der Mitarbeiter, Einbinden von Zolldeklaranten in die Prozesskette.

02 Sie sind in der Logistik tätig. Welche Infrastruktur-Verbesserungen wünschen Sie sich für unseren Norden? Was könnten Bund und Land tun?

Unser größtes Problem ist die Stausituation in und um Hamburg. Hamburg ist einer der bedeutendsten Logistikstandorte und Verkehrsknotenpunkte in Europa. Auf Grund der hohen Einwohnerzahl und der starken Wirtschaft ist die Verkehrslage in Hamburg sehr angespannt. Es vergeht kaum ein Tag, an dem die Verkehrslage in dieser Region nicht kollabiert. Viele Straßen sind zu den Hauptzeiten überlastet. Das sind für unsere Fahrer schlimme Zustände, die oft im Widerspruch zu den stark reglementierten Lenk- und Ruhezeiten stehen. Es muss dringend an einer Entlastung der Verkehrslage gearbeitet werden.

03 Welchen Einfluss hat die steigende Sensibilität rund um Umwelt und Natur auf die Nachfrage Ihrer Kunden? Wie gehen Sie damit um?

Das Thema Umweltschutz hat einen sehr hohen Stellenwert bei STERAC. In 2016 sind unsere neuen Lagerhallen mit einem regenerativen Energiekonzept realisiert worden. Dieses Konzept ist auch fester Bestandteil der aktuell geplanten neuen Logistikhalle. Konkret bedeutet das: keinerlei Nutzung von fossilen Brennstoffen, über 40% Eigennutzung sauberen Solarstroms, E-Zapfsäulen, Flotte von 20 Firmen-PKW weitgehendst auf E-Mobilität umgestellt. Aufgrund von unseren engen Kooperationen mit unseren Partnern werden auch im LKW-Bereich neue Antriebstechniken auf Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit getestet.

04 Was schätzen Sie am Norden und seinen Menschen?

Gerade Hamburg war schon immer das „Tor zur Welt“, weshalb in Stadt und Umland ein offener, internationaler Spirit herrscht. Ein Großteil der Hamburger und norddeutschen Familienunternehmen sind von diesem Einfluss geprägt worden. Wir haben festgestellt, dass die Zusammenarbeit mit diesen Unternehmen häufig reibungslos und langfristig ist. Ich persönlich freue mich natürlich immer über ein herzerwärmendes „Moin“.

05 Welche geschäftlichen oder privaten Synergien haben sich für Sie in unserem Verband ergeben?

Wir sind seit knapp vier Jahren im Verband. Aufgrund von diversen Angeboten (Seitenwechsel, Parlamentarische Abende, Sommerfeste, Onlinemeetings, Vertrauenskreis) hatten wir die Möglichkeit, viele Erfahrungen zu sammeln und viele interessante Unternehmen kennenzulernen. Der offene Erfahrungsaustausch ist ein großer Mehrwert für mich als Person, aber auch für uns als Unternehmen.



Transporte
europaweit und
multimodal



Unternehmen:
STERAC Transport und Logistik GmbH

Schwerpunkt:
STERAC befährt alle europäischen Länder und zudem Russland und Teile des Nahen Ostens. Sie liefern Güter aller Branchen, sind Experte für Gefahrguttransporte und ebenso zertifiziert für Lebensmittelsicherheit. Europäische Landverkehrs, Lagerlogistik, Value Added Services und internationale Übersee- und Lufttransporte sind die vier Leistungskategorien.

Gründung:
1979

Sitz:
Stapelfeld / Braak bei Hamburg

www.sterac.com

Unternehmenskooperationen in Zeiten der Krise

Synergien schaffen und Kosten sparen

Von Nils Pickenpack



Nils Pickenpack ist Gründer und Geschäftsführer der Kooperationsmarketing-Agentur connecting brands aus Hamburg. Seit 2007 berät er Unternehmen vom Start-up bis zum DAX-Konzern bei der Konzeption und Umsetzung von Unternehmenskooperationen. Er ist Herausgeber und Autor der Fachbücher „Markenkooperationen, Wer nicht kooperiert – verliert“ (2013) und „Mehr Erfolg mit Markenkooperationen“ (2018).

Das Buch zum Thema:



Karsten Kilian, Nils Pickenpack (Hrsg.)

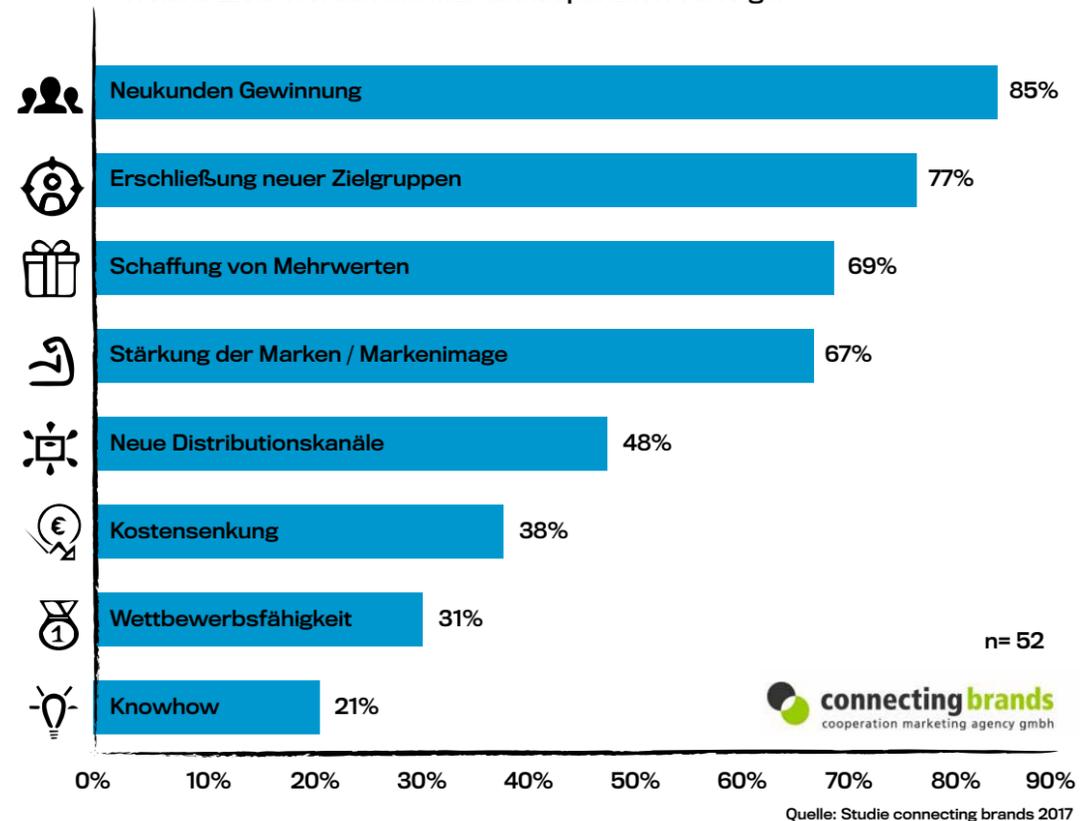
Mehr Erfolg mit Markenkooperationen
34,95 Euro
ISBN-10: 3869804254

Die Corona-Krise hat viele Branchen der Hamburger Wirtschaft hart getroffen. Geschäfte mussten schließen, Lieferketten wurden unterbrochen und Umsätze sind eingebrochen. Um Geld zu sparen, werden viele Marketing- und Vertriebsmaßnahmen verschoben, gekürzt oder gestrichen. Nichts mehr in Marketing und Vertrieb zu investieren, kann aber auch keine Lösung sein. Hier können Unternehmens- oder Markenkooperationen eine kostengünstige Option sein.



Kooperationen lagen auch vor Corona schon im Trend. In einer Studie der Unternehmensberatung Deloitte gaben rund 70% der befragten Mittelständler und Start-ups an, dass Kooperationen relevant oder sogar sehr relevant für ihr eigenes Kerngeschäft sind. Dieser Trend wird sich voraussichtlich durch die Corona-Krise noch verstärken. Schon in der letzten Wirtschafts- und Finanzkrise 2008/2009 haben mehr Unternehmen auf Kooperationen gesetzt. So ist die Anzahl der erfassten Kooperationen in der letzten Krise um rund 50% angestiegen. Mit Kooperationen lassen sich vielfältige Ziele erreichen. Oberstes Ziel der Kooperation ist es, Synergien zu schaffen und so durch die Einbindung eines Kooperationspartners die gesteckten Unternehmensziele schneller und effizienter zu erreichen. Sprich: Kosten zu sparen. Die wichtigsten Ziele sind dabei die Gewinnung neuer Kunden und neuer Zielgruppen. Auch die Schaffung von Mehrwerten für die eigenen Kunden zur Kundenbindung und die Stärkung des Markenimages sind wichtige Kooperationsziele.

Welche Ziele werden mit Markenkooperation verfolgt?



Welche Ziele auch immer das Unternehmen verfolgt – es gilt dabei immer, die Schlüsselfaktoren für den Erfolg genau im Auge zu behalten. Welche Faktoren den Erfolg der Kooperation am stärksten beeinflussen, hat die Kooperationsmarketing-Agentur connecting brands 2017 in einer Studie untersucht:

Erfolgsfaktor 1: Gewinnen Sie den richtigen Partner!

Die Gewinnung eines geeigneten Kooperationspartners ist der wichtigste Erfolgsfaktor einer Markenkooperation. Deshalb sollte der Suche und Auswahl des Partners eine besondere Beachtung geschenkt und diese systematisch durchgeführt werden. Dabei ist es wichtig, dass nicht nur die Marken und Produkte gut zueinander passen, sondern auch, dass die Unternehmen und die handelnden Personen gut miteinander arbeiten können. Ob die „persönliche Chemie“ stimmt, lässt sich häufig erst im persönlichen Gespräch ermitteln.

Anzeige

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

WER TRENDS VERPASST, IST GESCHICHTE.

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

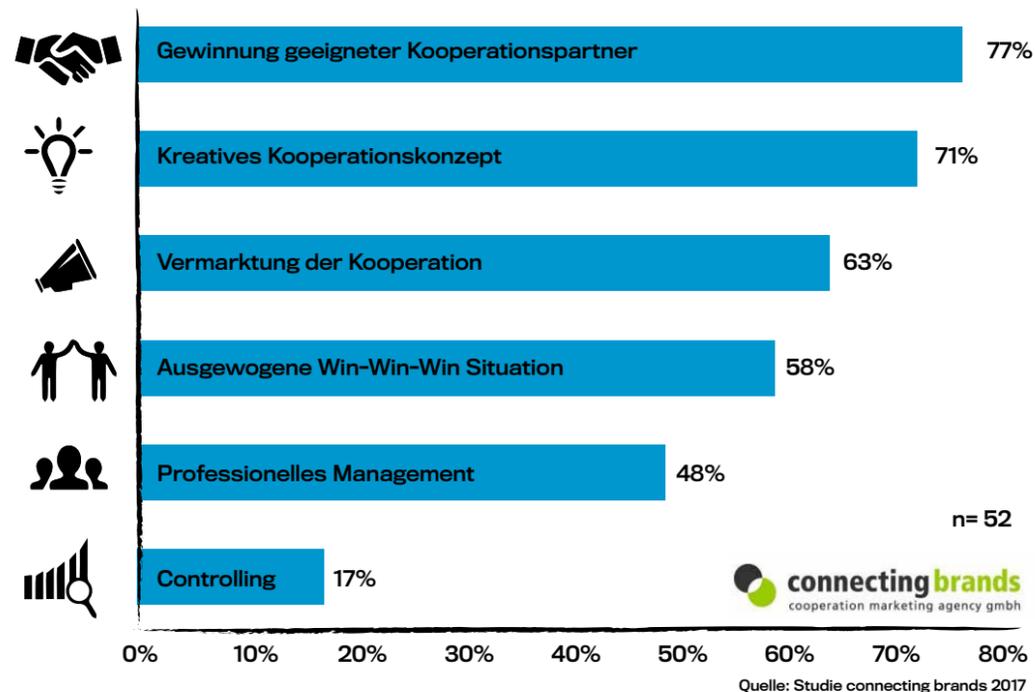
5 CUBE.digital
www.5cube.digital

Erfolgsfaktor 2: Seien Sie kreativ!

Der zweitwichtigste Erfolgsfaktor für die Kooperation ist ein kreatives und innovatives Kooperationskonzept. Wichtig ist dabei, den Kunden einen wahrnehmbaren Mehrwert zu bieten. Denn erst wenn auch der Kunde durch die Kooperation einen Mehrwert hat, wird die Kooperation für die beteiligten Unternehmen zu einem Erfolg. Seien Sie kreativ und wagen Sie etwas Neues. So können Sie sich aus der Masse abheben.

Erfolgsfaktor 3: Machen Sie Wirbel um Ihre Kooperation!

Die beste Kooperation wird nicht erfolgreich sein, wenn niemand davon erfährt. Vermarkten Sie Ihre Kooperation. Nutzen Sie alle Kommunikationsmittel, über die Sie und Ihr Kooperationspartner verfügen. Insbesondere über Onlinekanäle und Social Media lässt sich die gemeinsame Zielgruppe kosteneffizient erreichen.

Welche Faktoren beeinflussen den Erfolg von Markenkooperationen am stärksten?**Erfolgsfaktor 4: Schaffen Sie eine ausgewogene Win-Win-Win-Situation!**

Die gemeinsame Operation sollte so gestaltet sein, dass sie eine Win-Win-Win-Situation für die beteiligten Partner wie auch für die gemeinsamen Kunden bietet. Eine Kooperation ist nur dann erfolgreich, wenn sie für beide Partner ein Erfolg ist! Wenn nur ein Partner von der Kooperation profitiert, wird die Kooperation nicht langfristig bestehen.

Erfolgsfaktor 5: Denken Sie ganzheitlich!

Eine Kooperation zu managen, ist ein komplexer Prozess. Ihr Kerngedanke ist ein Geben und Nehmen. Jeder Partner sollte sich auch in die Perspektive des anderen versetzen, um seine Bedürfnisse und Erwartungen zu verstehen. Alle Teilnehmer müssen an einem Strang

ziehen und über die relevanten Prozessschritte informiert sein. Binden Sie alle Beteiligten in Ihrem Unternehmen in die Planung der Kooperation ein.

Erfolgsfaktor 6: Messen Sie rechtzeitig den Erfolg Ihrer Kooperation!

Eine Kooperation ist immer dann ein Erfolg, wenn sie die in sie gesteckten Ziele erfüllt. Deshalb ist es wichtig, vor Beginn der Kooperation quantifizierbare Ziele zu definieren und zum Abschluss der Kooperation zu prüfen, ob die Ziele erreicht wurden. Kooperationen müssen aber auch schon während des gesamten Kooperationsprozesses aufmerksam beobachtet und die Zielerreichung gemessen werden, damit bei Optimierungsbedarf jederzeit nachgesteuert oder schlimmstenfalls frühzeitig abgebrochen werden kann.

Anzeige



IHRE WEIHNACHTSFEIER UNTER FREIEM HIMMEL

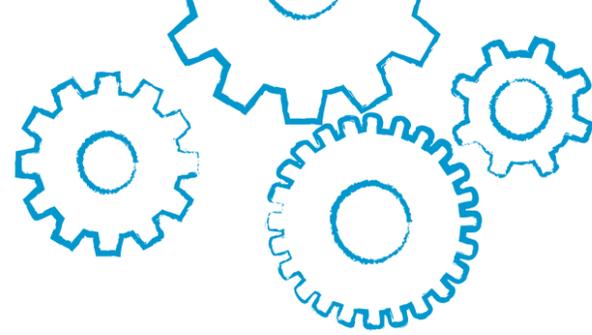
Buchen Sie schon jetzt Ihren persönlichen Weihnachtsmarkt, exklusiv für Sie und Ihre Gäste, ab 39 € pro Person. Kein Warten, kein Anstehen - dafür liebevoller Service, weihnachtliche Köstlichkeiten und winterliche Getränke auf unserer Terrasse.

FRAGEN SIE UNS JETZT UNVERBINDLICH AN & SCANNEN SIE DEN BARCODE FÜR MEHR INFOS
T: 040 3505 1701 ODER E: HAMBURG-CATERING@MARRIOTT.COM



HAMBURG MARRIOTT HOTEL
ABC STRASSE 52
20354 HAMBURG
+49 (0) 40 3505 1701

FÜR JEDE VERANSTALTUNG WIRD EIN HYGIENEKONZEPT VORGELEGT UND SICH SOMIT AN DIE AKTUELL ÖRTLICHEN BESTIMMUNGEN GEHALTEN. SPRECHEN SIE UNS GERNE FÜR WEITERE INFORMATIONEN AN.



ARIC

Gebündelte KI-Kompetenzen im Altonaer Dockland

Wirtschaft und Wissenschaft synergetisch vereint

Von Jan Schnedler



Künstliche Intelligenz (KI) wird zweifelsfrei zu den wichtigsten Schlüsseltechnologien und Werkzeugen der nächsten Jahrzehnte gehören, darüber sind sich die Experten einig. Mit dem ARIC verfügt die Metropolregion Hamburg nun über ein KI-Kompetenzzentrum.

Die Entwicklungszyklen beschleunigen sich enorm – nicht zuletzt aufgrund der parallelen Entwicklung hochleistungsfähiger Hardware und deren Vernetzung. Die Digitalisierung erzeugt eine Flut von Daten, die dafür sorgt, dass der KI der notwendige „Sprit“ nicht ausgeht. KI kann, richtig eingesetzt, z.B. durch Prozessoptimierung, zu mehr Gewinn im Unternehmen führen, aber auch eine starke Waffe

gegen z.B. Krankheiten und Epidemien, ein Beschleuniger sowie ein Befreier von menschenunwürdiger Arbeit sein und für wirtschaftlichen Fortschritt sorgen. Nicht ohne Hintergedanken investieren Staaten hunderte Milliarden Euro in diese Technologie. Das Artificial Intelligence Center Hamburg e.V. oder kurz ARIC vernetzt und nutzt Synergien zwischen den unterschiedlichen Akteuren der Metropolregion, um einen konkreten

Einstieg in das Thema KI mit bestehenden Tools oder einer eigenen Entwicklung zu ermöglichen und eben auch die Anwendungen der KI in die Wirtschaft, z.B. durch die Betreuung bei der Umsetzung konkreter Projekte, durch kompetente Unterstützung bei der Erstellung der Projektskizze und zielgerichtete Vermittlung und Vernetzung passender Projektpartner, zu demonstrieren. ARIC unterstützt aber auch bei der Mitarbeiter- bzw. Expertenakquise und Weiterbildung, oder beim Aufbau einer eigenen Data-Science-Abteilung.

ARIC hat sich letztes Jahr als branchenunabhängiges Kompetenzzentrum und One-Stop-Shop für KI in der Metropolregion gegründet. Dabei haben sich zahlreiche Akteure aus Wirtschaft und Wissenschaft zusammengefunden, die gemeinsam ihre Kompetenzen einbringen, um von den entstehenden Synergien im Center und am Standort durch Kooperationen, Verknüpfung und Know-how-Transfer zu profitieren.

Als Bottom-Up-Bewegung von zahlreichen KI-Experten, Anwendern und Visionären war schnell klar, dass es Wirtschaft, Wissenschaft, Gesellschaft und auch der Unterstützung der Politik bedarf, um das Thema KI in Norddeutschland ganzheitlich und mit geballten Kräften auf die KI-Landkarte zu setzen.

Die Synergien und die Verknüpfung zwischen diesen vier Bereichen, z.B. in Fachgruppen, sind seitdem auch einer der USPs des Artificial Intelligence Centers, da es weder bei der Wirtschaft, der Wissenschaft noch der Politik einen dominanten Player im ARIC gibt, sondern die Governance des Vereins so aufgesetzt wurde, dass eine Unabhängigkeit auf Dauer sichergestellt ist und es so immer eine vermittelnde neutrale und objektive Instanz gibt.



Artificial Intelligence
Center Hamburg

Um auch aus der Wirtschaft die vorhandenen Synergien und unterschiedlichen Kompetenzen von „Schnellbooten“, „Segelyachten“ und „dicken Tankern“ zu nutzen, hat das ARIC bei den drei ausgewählten Gründungsunternehmen weiter differenziert und das Start-up Zapliance, die Medienagentur PILOT als Mittelständler und mit Lufthansa Industry Solutions einen Konzern als Gründungsmitglieder aufgenommen, da die feste Überzeugung bestand, dass die unterschiedlichen Unternehmen(sgrößen) voneinander profitieren, da sie über ganz unterschiedliche Ressourcen und Kompetenzen verfügen.

Neben den starken Partnern aus der Wirtschaft ist auch die Wissenschaft umfassend und ganzheitlich berücksichtigt worden, so dass die privaten und öffentliche Hochschulen und Universitäten als Gründungsmitglieder sowie die zahlreich am Standort vertretenen Forschungsinstitute wie Helmholtz und Fraunhofer, aber auch das Forschungs- und



Jan Schnedler LL.M.
(Melbourne)
Rechtsanwalt/German
Attorney at Law

Artificial Intelligence Center
Hamburg (ARIC) e.V.

www.aric-hamburg.de

KI im Dockland



Anzeige

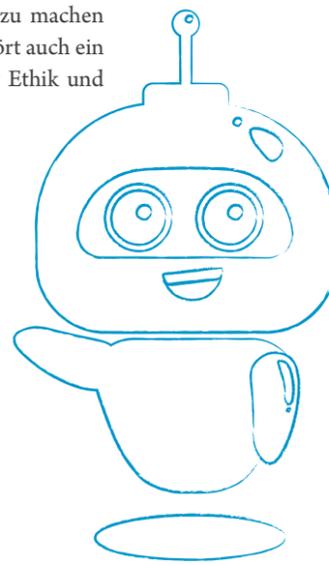
Technologietransferzentrum des Fachbereichs Informatik der Universität Hamburg genannt HITeC e.V. und die Innovations Kontakt Stelle (IKS) an einen Tisch gebracht worden sind.

Mit der NORDAKADEMIE, Hochschule der Wirtschaft, hat das ARIC nicht nur einen schönen physischen Hafen im Dockland in Altona auf der Elbe bekommen, sondern profitiert von der Nähe zu wissenschaftlichen Data-Science-Experten der Hochschule und jungen Köpfen, die für frische Ideen sorgen.

Die Behörde für Wirtschaft und Innovation war bei der Gründung ein wichtiger Baustein; nicht nur finanziell, sondern auch auf Arbeits- und auf Behördenleitererebene wurde das ARIC

tatkräftig bei seiner Positionierung in der Hansestadt auf allen Ebenen unterstützt. So kann sich nun das KI-Center über die Schirmherrschaft von Senator Michael Westhagemann freuen, der in KI eine wichtige Schlüsseltechnologie der Zukunft sieht.

Man sollte – insbesondere beim Thema KI – die Gesellschaft aber auch nicht außer Acht lassen und bei dem wichtigen Thema abhängen. Denn es herrschen viele Missverständnisse und falsche Interpretationen über KI, die eher Angst schüren, als dass sie objektiv die Technologie erklären. Das ARIC steht unter dem Leitsatz „AI for Good“ und hat sich in seiner „3rd Mission“ zum Ziel gesetzt, das Thema für Jedermann begreifbar zu machen und zu entmystifizieren. Dazu gehört auch ein vernünftig geführter Diskurs über Ethik und Datenschutz.



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

Wissen für die Zukunft

Ein Science Center für Hamburg?!

Von Dr. Björn Castan



Frank Böttcher
Selbständiger Meteorologe, Speaker, Wettermoderator und Buchautor sowie Veranstalter in den Bereichen Bildung und Wissenschaftskommunikation wie ExtremWetterkongress, Wetter.Wasser, Waterkant, und METKOM. Er ist Mitglied des Ausschusses für Umwelt und Energie der Handelskammer, Sprecher der Deutschen Meteorologischen Gesellschaft und neben dem Science Center auch Initiator des Hamburger Klimarates.

Was ist in einem Science Center erlebbar? Welche Synergien schafft es? Und wie betrachtet ein Unternehmer den Finanzbedarf solch einer Bildungseinrichtung? Dr. Björn Castan hat den Meteorologen und Speaker Frank Böttcher hierzu befragt; er ist Initiator und Mitglied im Lenkungsreis des Science Centers.

Herr Böttcher, im Hamburger Koalitionsvertrag ist festgeschrieben, dass eine Machbarkeitsstudie klären soll, ob und wie in Hamburg das Science Center, für das Sie sich schon lange einsetzen, realisiert werden kann. Wie ist der Stand der Dinge?

Zurzeit finden regelmäßige Workshops und Abstimmungsrunden statt. Die Pandemie hat den Entwicklungsprozess dabei stark digitalisiert, aber im Zeitplan nicht behindert. Ich bin von der gleichsam konzentrierten und verantwortungsvollen wie kompetenten und kreativen Arbeit der Projektteilnehmer*innen sehr angetan. Sämtlichen Inhalte und Strukturen, die wir in den letzten Jahren erarbeitet haben, werden in der aktuellen Phase auf den Prüfstein gestellt. Nichts überdauert, was nicht durch Studien oder Erfahrungswerte anderer Science Center hinterlegt ist. Was mich besonders beeindruckt hat, ist das Maß an Wirtschaftskraft, dass andere Science Center an ihren Standorten generieren und wie schnell sich die Menschen mit einer solchen Einrichtung identifizieren, sobald sie da ist.



Frank Böttcher

Was dürfen sich unsere Leser unter einem Science Center vorstellen? Was wird dort zu erleben sein?

Wissen für die Zukunft. Dieser Satz bündelt die Kraft eines Science Centers aus meiner Sicht sehr gut. Ein Science Center ist eine Kultur- und Bildungsreinrichtung, in der die Hamburg-Besucher*innen eines jeden Alters ein tieferes Verständnis über die Umwelt, Naturwissenschaften, Technologie, Mathematik und den Menschen erlangen können. Ein Science Center ist kein Freizeitpark. Die Freude entsteht durch die Momente des Verstehens, durch die Faszination naturwissenschaftlicher Phänomene und die Entdeckung ihrer Ursachen. Ein Science Center entfacht ein Feuer, das über den Besuch hinausragt, unsere Augen öffnet und Neugierde erhöht und uns mehr Möglichkeiten eröffnet, unsere Zukunft positiv zu gestalten. Damit das gelingt, gibt es verschiedene Exponate, die in Narrative und Themenräume eingebettet sind. Das „selber machen“ und „selber erleben“ steht im Mittelpunkt der Erlebnis- und Entdeckungsaustellung.

Wie kann ein Science Center Synergien schaffen?

Das kann und wird auf verschiedene Weisen gelingen und wir profitieren dabei sehr von den reichhaltigen Erfahrungen anderer Einrichtungen. Um die Chancen maximal zu nutzen, verstehen viele Science Center wie eine Relaisstation. Beispiele: Wer als Schüler*in im Science Center Hamburg von den naturwissenschaftlichen Phänomenen begeistert wird, könnte anschließend vielleicht im Mintarium oder dem Schülerforschungszentrum noch tiefer in die Materie einsteigen. Wer sich von den Dimensionen unseres Universums beeindruckt zeigt, wird hoffentlich ein häufiger Besucher des Planetariums. Wer eine Faszination an Exponaten entwickelt, die physikalische Prozesse zeigen, studiert vielleicht an der Uni Hamburg und arbeitet später beim DESY. Wer sich von einem Roboter in ein aufregendes Gespräch verwickeln lässt, wird vielleicht später eine Ausbildung als Ingenieur starten. Und wen die Zusammenhänge des menschlichen Handelns und deren Wirkung auf unseren Planeten in den Bann ziehen, wird vielleicht genau den Impuls des Lebens bekommen, um sich noch stärker für eine klimafreundliche Zukunft zu engagieren.

Ein Science Center verknüpft die Partner in der Stadt, bietet Raum für Veranstaltungen und stärkt auf breiter Basis den Standort Hamburg vor allen Dingen in den Bereichen Wissenschaft, Wirtschaft, Umwelt und Bildung.

Ein Science Center ist mehr als ein Schaufenster der Wissenschaft, der Innovation und Technologie. Es ist ein Ort des Diskurses über unsere Zukunft.

Unser Verband der Familienunternehmer unterstützt das Projekt. Wie empfinden Sie die politische Unterstützung dieses Projektes?

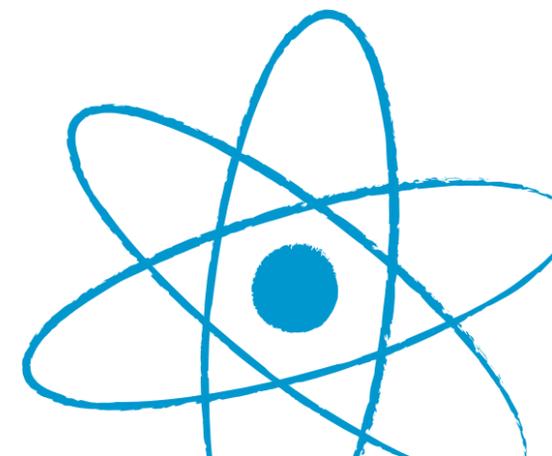
Die Unterstützung ist in den letzten Jahren immer weitergewachsen. Inzwischen bin ich von der Unterstützung sehr begeistert. Ich bin sicher, dass alle politisch Verantwortlichen die Bedeutung eines Science Centers für Hamburg verstehen und unterstützen werden. Dafür ist es aber notwendig, dass die Hausaufgaben sorgfältig gemacht werden und die Machbarkeitsstudie ein solches Vorhaben auf Herz und Nieren prüft. Nur so wird das Projekt kein Risiko, sondern eine Chance und ein wichtiger Baustein für den Aufbau und die Entwicklung der Stadt. Auch die Universität Hamburg wurde 1919 auf Initiative von Unternehmen ins Leben gegründet. Hundert Jahre später ist die Zeit gekommen, dass wir ein Science Center auf den Weg bringen. Denn auch hier geht es darum, dass die Unternehmen in Zukunft noch qualifizierte Auszubildende und Mitarbeiter*innen in Hamburg finden. Das ist von großer Bedeutung für den Wirtschaftsstandort insgesamt.

Welche Art von zusätzlicher Unterstützung würden Sie sich wünschen, um eine Realisierung zu beschleunigen?

Ich traue es mich kaum zu sagen. Aber Geld würde den Traum von einem Science Center für Hamburg jetzt am meisten beschleunigen.

Wie sieht die zeitliche Planung aus? Wenn die Machbarkeitsstudie zu einem positiven Ergebnis kommen sollte, was wir hoffen, wann kann dann mit dem Bau begonnen werden?

Sollte die Machbarkeitsstudie zu einem positiven Ergebnis kommen, was ich nicht weiß, würden sicher sehr schnell die Gespräche mit der Stadt über einen Standort und die Realisierung starten. Dann wird sich zeigen, wie viel Weitblick wir gemeinsam entfalten können. Alles andere wird dann Teil der folgenden Planungen sein.





Die meisten Science Center auf der Welt können ihre operativen Kosten nicht aus den Eintrittsgeldern erwirtschaften. Die Stadt ist bislang zurückhaltend mit größeren Finanzierungszusagen, auch weil im Interesse der Steuerzahler befürchtet wird, dass nach einem Bau jährlich wiederkehrende Zuwendungen durch die Stadt geleistet werden müssen. Wie sieht Ihre Kalkulation aus?

Genau diese Überlegungen waren und sind ein starker Treiber für die Machbarkeitsstudie. Als Kaufmann gibt es zwei Regeln: Ich gebe nur das Geld aus, das ich auch verdient habe. Und ich investiere nur dann, wenn ich so verlässlich wie möglich weiß, dass ich damit mehr Geld verdiene, als ich ausbebe. Damit ist das Ziel formuliert. Von anderen Science Centern unterscheidet uns, dass wir die Zielsetzung einer „schwarzen operativen Null“ überhaupt formulieren. Da kann ich als Kaufmann nicht gut aus meiner Haut. Das Science Center von Kopenhagen hat es ohne diese Zielsetzung immerhin auf einen Deckungsbeitrag von 95 Prozent geschafft. Das zeigt mir, dass es möglich sein kann. Aber im Grunde geht es doch um viel mehr. Ein Science Center ist maßgeblich eine Bildungseinrichtung. Würden wir ein Science Center nur bauen wollen, wenn es eine schwarze Null erwirtschaftet, wir müssten dieses Kriterium auch bei jeder Schule, jedem Theater und jedem Museum annehmen. Vor diesem Hintergrund wäre es ein politischer Fehler, das Kriterium der „schwarzen operativen Null“ für oder gegen ein Science Center einzusetzen. Ein Science Center ist ein wesentlicher Beitrag zur Entwicklung des Standortes und einer, der der Stadt fiskal immer mehr Einnahmen bringen wird, als das Haus kostet. Ein Science Center ist eine sichere Investition in die Zukunft Hamburgs. Nicht mehr, aber auch nicht weniger.

Gibt es schon nähere Überlegungen für einen Standort, über die Sie sprechen können?

Es gibt einige Standorte, die ich mir persönlich gut vorstellen könnte. Der Standort hat wesentliche betriebswirtschaftliche Auswirkungen. Gleichzeitig hat ein solches Gebäude auch eine wichtige Funktion in der Stadtentwicklung. Diese Aspekte vor Augen, kann jeder die möglichen Standorte schon einkreisen. Ich bin gespannt, welche Empfehlungen die Experten in der Machbarkeitsstudie geben werden.

Sie sind ja nicht nur Initiator eines Science Centers für Hamburg, sondern auch Meteorologe und Unternehmer. Dieser August ist um etwa 5 Grad wärmer als im langjährigen Durchschnitt und das Jahr 2020 ist im Begriff, das wärmste seit Beginn der Klimaaufzeichnungen zu werden. Wie können oder sollten sich Unternehmen auf die Klimaänderungen einstellen? Auf welche Ausmaße des Klimawandels muss sich die Hamburger Wirtschaft vorbereiten?

Das ist ein mindestens einen Abend füllender Vortrag. Kurz gesagt: Der Meeresspiegelanstieg wird uns ab 2050 immer stärker beschäftigen. Da schleicht sich eine Mammutaufgabe heran, die vielleicht in einem Sperrwerk für die Elbe endet. Viele Wirtschaftsbereiche in Hamburg werden durch die globale Erwärmung aber auch profitieren: Die Gastronomie und alle Unternehmen, die Heizkosten in ihrer Bilanz ausweisen. Dafür werden landwirtschaftliche Produkte, Transporte und die eigene Mobilität langfristig deutlich teurer. Das Thema hat wahnsinnig vielen Ebenen; das vertiefen wir gerne bei anderer Gelegenheit.

Das machen wir. Haben Sie vielen Dank für das interessante Gespräch.

Sehr gerne.



Anzeige



CHAMPAGNE
LA GRANDE DAME
 Veuve Clicquot

Networking am Grill

Mitgliedertreffen des Landesbereichs Schleswig-Holstein

Von Nathalie Rieck

In lockerer Runde trafen sich die Mitglieder des Landesbereichs Schleswig-Holstein am 4. September.

Nach all dem digitalen Austausch endlich wieder gemeinsam essen, trinken, reden, Spaß haben – die Mitglieder des Landesbereichs Schleswig-Holstein genossen das erste persönliche Treffen seit langem. Es wurde gegrillt und über die persönlichen Erfahrungen der vergangenen Corona-Monate gesprochen – natürlich unter Einhaltung der Schutzmaßnahmen. Der Film zum 70-jährigen Verbandsjubiläum, der an dem Abend gezeigt wurde, erinnerte jeden der Gäste an den langen, erfolgreichen Weg, den der Verband seit seiner Gründung zurückgelegt hat. Anschließend berichtete der Landesvorsitzende Rüdiger Behn, wie er sich politisch auf Bundes- und Landesebene für die Belange der durch Corona in Not geratenen Mitglieder engagiert. Schließlich weiß er als Unternehmer weitaus besser als Politiker, welche Form der Hilfe für andere Unternehmer sinnvoll ist. Danke, lieber Herr Behn, danke Sebastian Meier für Räumlichkeiten, Speis & Trank und danke an die Mitglieder für diesen gelungenen Abend, bei dem sogar das Wetter mitspielte.



Nathalie Rieck und Rüdiger Behn bilden den Landesvorsitz von DIE FAMILIENUNTERNEHMER e.V. DIE JUNGEN UNTERNEHMER

Das erste Zusammentreffen seit den andauernden Corona-Einschränkungen in Schleswig-Holstein



PROGRAMM 2020/2021

11.11.2020 WORKSHOP EINS BILANZEN LESEN & VERSTEHEN (1/2)

WORKSHOP EINS beschäftigt sich mit Zahlen. Teil eins versetzt Sie in die Lage, die wichtigsten Informationen aus Ihrem Jahresabschluss zu entnehmen und zu bewerten

- Bilanz – Vermögen und Schulden
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Kapitalflussrechnung
- Unternehmensbewertung

MICHAEL HAMANN
DELFS & PARTNER mbB
Wirtschaftsprüfer und Steuerberater

FINANZIERUNG IN SONDERSITUATIONEN (2/2)

In Teil zwei des Workshops zeigen wir Ihnen anhand von Case Studies, wie individuelle Finanzierungs-lösungen neben einer klassischen Bankenfinanzierung gefunden und umgesetzt werden

- Finanzierung bei der Neuordnung des Gesellschafterkreises
- Finanzierungen von Abfindungszahlungen, beim Erwerb oder der Konsolidierung von Beteiligungen
- Zwischenfinanzierungen bei Restrukturierungen

DR. PHILIP MARX, LL.M.
M.M.Warburg & CO

02.12.2020 WORKSHOP ZWEI IMMOBILIEN IM FAMILIENVERMÖGEN

Immobilien sind seit Jahren eine begehrte Asset-klasse. In WORKSHOP ZWEI geben wir Ihnen einen Überblick über die wirtschaftliche und steuerliche Strukturierung, u.a.

- Erwerb, Halten und Verwalten
- Immobiliencontrolling
- Entwicklung im Bestand
- Verkaufsmanagement
- Übertragung an die nächste Generation

THOMAS BORGHARDT
MARCARD, STEIN & CO

IMMO SIEMERS
MARCARD, STEIN & CO

JAN PETER TORNOW
BORSBORFF TORNOW
Rechtsanwälte

27.01.2021 WORKSHOP DREI EXTERNE UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Wenn in der Familie kein geeigneter Unternehmensnachfolger gefunden wird, kann der Verkauf an Dritte die beste Alternative sein. WORKSHOP DREI gibt Ihnen einen Einblick in den Verkaufsprozess und seine Fallstricke

- Wie finde ich den richtigen Käufer?
- Darstellung des Verkaufsprozesses
- Rechtliche und steuerliche Strukturierung
- Optimale Vertragsstruktur aus Verkäufersicht

HUBERTUS LEO, LL.M.
Leo Schmidt-Hollburg Witte & Frank
Rechtsanwälte

MATTHIAS WITTENBURG
COMPANYLINKS

MICHAEL HAMANN
DELFS & PARTNER mbB
Wirtschaftsprüfer und Steuerberater

DIE NACHFOLGEAKADEMIE

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 Ihres Familienunternehmens.

Profitieren Sie von der Erfahrung unserer Referenten, lernen Sie durch den Austausch mit den anderen Teilnehmern und knüpfen Sie Kontakte zu Gleichgesinnten.

KOSTEN

Die Kosten für einen Workshop betragen 300 EUR (jede Begleitperson 200 EUR).

Jeweils inkl. Arbeitsunterlagen, Verpflegung und Dinner sowie zzgl. USt.

ORT UND ZEIT

Norddeutscher Regatta Verein
Schöne Aussicht 37, 22085 Hamburg

Warm-up ab 14:30 Uhr
Beginn 15:00 Uhr
Dinner ab 19:30 Uhr

KOOPERATIONSPARTNER

CLUB OF
HAMBURG

COMPANYLINKS

INTERCONSILIUM
Executive Search

LEO SCHMIDT-HOLLBURG WITTE & FRANK
RECHTSANWÄLTE PARTNERSCHAFTSGESELLSCHAFT MBH

MARCARD, STEIN & CO
Bankiers

M.M. WARBURG & CO
BANK



»Klimaschutz und Nachhaltigkeit zählen zur DNA von Familienunternehmen. Unser wichtigstes Anliegen ist es, unser Unternehmen in die Hände unserer Nachkommen zu legen. Das kann nur gelingen, wenn auch die Umwelt und die Gesellschaft intakt bleiben. Deshalb ist Nachhaltigkeit Bestandteil unseres täglichen Wirtschaftens und keine Nebenbeschäftigung. Für Familienunternehmen ist Klimaschutz eine Herausforderung, die wir gerne annehmen.

Unser Konzept für den European Green Deal zeigt, wie eine deutsche und europäische Klimapolitik aussehen muss, die praktisch umsetzbar ist.«

SVEN HÖPPNER |
Werner Wirth GmbH | Hamburg

Die Broschüre »European Green Deal | Eine kritische Bewertung« ist hier zu finden:
www.familienunternehmer.eu/positionen/energiepolitik oder kann angefordert werden über bormann@familienunternehmer.

Innovations Kontakt Stelle Hamburg

Mit Synergie-Effekten den Standort voranbringen

Von Katharina Keienburg und Alois Krtil

📷 Andrea Lang



Alois Krtil, Katharina Keienburg, Monica Mühlberg, Dr. Florian Vogt

Die im Jahr 2011 auf den Weg gebrachte IKS fungiert als Innovationsbeschleuniger, indem sie den Wissens- und Technologietransfers zwischen Wirtschaft und Wissenschaft fördert. Besonderer Vorteil: Ihre Dienstleistungen sind für Unternehmen und wissenschaftliche Einrichtungen kostenfrei, denn die IKS wird von der Stadt Hamburg und der Handelskammer Hamburg getragen.

Die Marktbeständigkeit hat sich in den letzten Jahrzehnten stark gewandelt: Innovationszyklen für Produkte, Dienstleistungen und Verfahren werden immer kürzer. Als Folge spüren die Unternehmen einen immer höheren Innovationsdruck. Auch tradierte Betriebe werden gezwungen, kontinuierlich zu innovieren. Um die Innovationen schnell in den Markt zu bringen, müssen sie einen höheren Aufwand betreiben sowie größere finanzielle und personelle Ressourcen in deren Entwicklung investieren.

Die Ansprüche des gewandelten Marktes sind aber allein kaum zu bewältigen. Gerade traditionelle kleine und mittlere Unternehmen geraten an ihre Grenzen, wenn es sich nicht um überschaubare inkrementelle Projekte handelt. Geht es jedoch um weitumfassende Änderungen wie beispielsweise die Digitalisierung der gesamten Vertriebsprozesse mithilfe von Robot Process Automation oder die Automatisierung des Lagers, ist ein Alleingang kaum möglich.

Synergien entstehen bei der Entwicklung von Innovationen häufig an Schnittstellen bestimmter Themen oder Disziplinen. Der Blick über den Tellerrand ist daher besonders lohnend! Die Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Einrichtungen bietet eine große Chance, den neuen Anforderungen und eventuellem Mangel an Innovationen zu begegnen.

Im sogenannten Wissens- und Technologietransfer, also bei der Zusammenarbeit von Wirtschaft und Wissenschaft, entstehen Synergien beispielsweise dadurch, dass sich Unternehmen und Hochschulen bestimmte Ressourcen wie Labore, Teststände oder personelle Ressourcen zeitweise teilen. Dies ist insbesondere für den Proof-of-Concept, aber auch in späteren Phasen des Innovationsprozesses attraktiv, da auf diese Weise das Investitionsrisiko minimiert werden kann.

Die Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Einrichtungen bietet auch durch den allgemeinen Wissensvorsprung gegenüber Mitbewerbern erhebliche Marktvorteile:

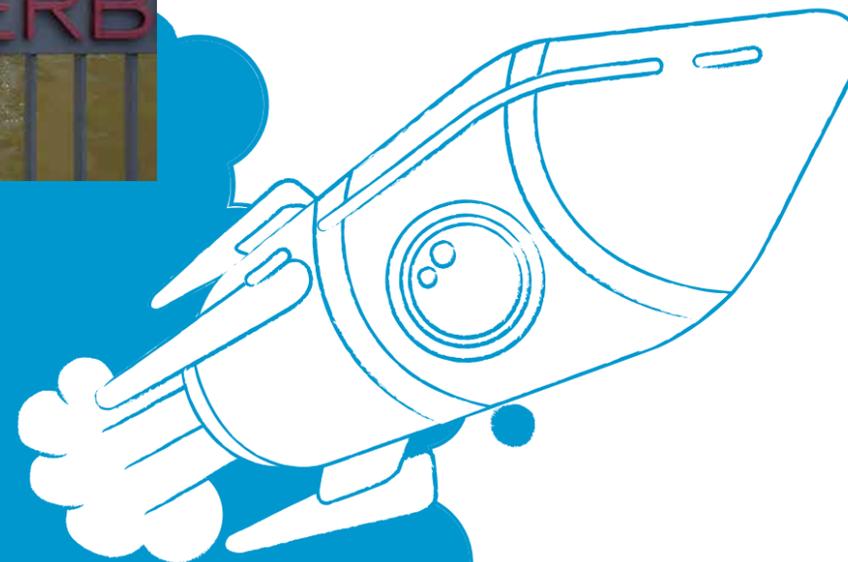
Stehen Unternehmen in engem Austausch mit Wissenschaftler/-innen, werden sie kontinuierlich mit Wissen über fachspezifische Neuerungen versorgt.

Das Unternehmen bringt im Gegenzug den „Praxis-Check“ des entstandenen Wissens ein. Ist das Thema vielversprechend, können weitere Schritte zur Entwicklung der Innovation auf kurzem Wege eingeleitet werden. So können beide „Welten“ – die Wirtschaft und die Wissenschaft – in ihrem Zusammenspiel als große Synergie verstanden werden: Jede hat ihren Platz im volkswirtschaftlichen Innovationsorbit.

Dieses enorme Potential hat auch die InnovationsAllianz Hamburg erkannt. Das Gremium aus Hamburger Behörden und Playern der Hamburger Wirtschaft und Wissenschaft brachte 2011 die Innovations Kontakt Stelle (IKS) Hamburg als Innovationsbeschleuniger auf den Weg.

Seitdem konnte sie bereits über 600 technische und nicht-technische Projekte aus den unterschiedlichsten Branchen begleiten und somit zur strategischen Nutzung der Synergieeffekte des Wissens- und Technologietransfers in Hamburg beitragen.

Wenden sich Unternehmen mit einer konkreten Projektanfrage an die Berater/-innen der IKS, suchen diese nach entsprechenden Partnern aus der Wissenschaft, übernehmen die anonyme Ansprache der Wissenschaftler/-innen und können auch Unterstützung in Anbahnungsgesprächen bieten.



»Co-opetition« (Zusammenarbeit mit Konkurrenten) – neue Art der Innovationskollaboration

Die IKS arbeitet vielfach mit Innovationslaboren, die in enger Kooperation von Wirtschaft und Wissenschaft betrieben werden und starke Synergien – auch durch eine effektive Aufgabenteilung und ihre zumeist interdisziplinären Teams – schaffen. Zu nennen sind beispielsweise zwei Einrichtungen der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg: Im Usability-Lab werden Software- und Webapplikationen auf ihre Nutzerfreundlichkeit getestet. Das Urban Mobility Lab beschäftigt sich u.a. mit der Navigation und der Antrieboptimierung autonomer Fahrzeuge.

Um den Standort zu stärken, wurden für die unterschiedlichen Bedarfe Strukturen und Einrichtungen geschaffen. Zur Förderung des Transfers kooperiert die IKS Hamburg mit den verschiedensten Playern dieses Innovationsökosystems. So auch mit dem Hamburger Informatik Technologie Center e.V. am Informatiklehrstuhl der Universität Hamburg, mit dem sie bereits zahlreiche Vorhaben unterstützt hat. Aktuell bringen sie ein Projekt für eine „smarte“ Ampelschaltung auf den Weg, die helfen soll, Verkehrsunfälle zu verhindern.

Innovationen aus dem Bereich „Smart City“ sind in der hiesigen Forschungs- und Entwicklungslandschaft von großer Bedeutung, u.a. da im Oktober 2021 in Hamburg der ITS (Intelligent Transport Systems)-Weltkongress stattfinden wird. Die Hamburger Hochbahn arbeitet beispielsweise an autonomen Bussen und Drohnen sollen dringend benötigte Medikamente transportieren.

Auch ein von der IKS unterstütztes Vorhaben soll im „Smart City“-Kontext weiterentwickelt werden: Für das Projekt zur „Industriellen Indoorlokalisation“ von Prof. Thorsten Schüppstuhl (Technische Universität Hamburg) konnte sie Wettbewerber aus dem Sensorbereich und verschiedene Hersteller von Flurförderzeugen an einen Tisch bringen. Diese arbeiteten gemeinsam an der Erstellung einer „Google Maps für die Werkshalle“, die eine Grundvoraussetzung für das passgenaue Arbeiten autonomer Systeme ist. Nun sollen die Ergebnisse von der Werkshalle in den urbanen Raum gebracht werden.

Das Beispiel zeigt auch, dass – für Hamburg eher untypische – neue Arten der Innovationskollaboration, wie die „Co-opetition“ (die Zusammenarbeit mit Konkurrenten) große Synergieeffekte bergen, die die eigene Entwicklungsarbeit voranbringen.

Die beschriebenen Kooperationen machen deutlich, dass die Wissenschaft kein verschanzter Elfenbeinturm sein muss, sondern Wissenschaftler/-innen unterschiedlicher Fachgebiete großes Interesse an der Zusammenarbeit mit Unternehmen in anwendungsorientierten Projekten haben!

Zuletzt sollte mit einem Blick auf die Förderlandschaft nicht verschwiegen werden, dass bei der Kooperation mit Hochschulen die Mittelgeber häufig höhere Förderquoten anbieten, was die Zusammenarbeit zusätzlich attraktiv machen kann.

Anzeige

NORD EVENT

„Sehr guter Service und eine äußerst ansprechende Location. Tolles, raffiniertes Essen.“

Ingo B.

4 Rezensionen

★★★★★ vor 9 Monaten

An der Alster, auf der Elbe, über den Dächern der Stadt oder in den VLET Restaurants.

Finden Sie mit NORD EVENT die perfekte Eventlocation für Ihr Firmen- oder Privatevent an Hamburgs schönsten Ecken!

Exklusiv. Einzigartig. Inklusive hausgemachten Catering.

Wie papierlos ist die Zukunft?

von Annika Nielsen

Auf Print verzichten? Von wegen! E. Michaelis & Co. Marketingleiter Ricardo Normann und Novamag Geschäftsführer Malte Nielsen wissen, wie man die Medien Print und Digital optimal verknüpft.



Ricardo Normann
Telefon:
+49 (0)40 727 77 322
rnormann@igepagroup.com

1804 als kleiner Hamburger Papierladen gegründet, ist E. Michaelis & Co. heute Gesellschafter der IGEPA group und damit Teil einer der führenden Fachgroßhandelsgruppen in Europa. Herr Normann, was bewegt einen traditionellen Papierhändler dazu in ein Startup zu investieren, dessen Ziel es ist, völlig papierlos Digitalmagazine zu erstellen?

Wir wissen heute, dass wir die Synergien aus beiden Welten nutzen müssen, nicht in zwei Disziplinen nebeneinander her, sondern miteinander. Papier ist ein starkes Medium, aber längst nicht mehr das Einzige. Die letzten Monate haben gezeigt, wie schnell wir uns digitalisieren, wenn wir müssen. Wir möchten diese Entwicklung mitgestalten. Mit Novamag haben wir dafür einen Partner gewonnen, mit dem wir die analoge Kommunikation optimal mit der digitalen verbinden können.

Welche Rolle spielen Printmedien heute?

Der Gebrauch von Papier orientiert sich deutlich stärker am Nutzen und der Nachhaltigkeit. Mit Printmedien sprechen wir andere Sinne an. Wertiges Papier und einzigartige Gestaltungsmöglichkeiten ausgewählter Inhalte erreichen eine deutlich längere Aufmerksamkeitsspanne beim Leser.

Herr Nielsen, 2017 gründeten Sie das Startup Novamag. Die browserbasierte Software bietet Ihren Kunden eine nachhaltige und zeitgemäße Kommunikationslösung. Inhalte können nicht nur einfach digitalisiert, sondern auch multimedial und interaktiv inszeniert werden. So entsteht ein völlig neues Leseerlebnis. Wie entstand die Idee zu Novamag und welche weiteren Vorteile bieten digitale Publikationen?

Die Idee zu Novamag ist aus einem Kundenprojekt heraus entstanden. Der Anspruch war es, ein klassisches Kundenmagazin online umzusetzen und zwar nicht einfach als Website. Der vom Leser geschätzte Magazincharakter sollte erhalten bleiben. Unsere Umsetzung traf den Zahn der Zeit. Die Inhalte können problemlos, ganz ohne Programmier- und Grafikkennnisse ins digitale Format übertragen werden. Außerdem werden digitale Publikationen in Echtzeit generiert, sie sind SEO optimiert und können ortsunabhängig auf allen Endgeräten konsumiert werden.

Herr Normann spricht davon, dass Print und Digital heute sinnvoll miteinander verknüpft werden müssen. Wie gelingt das mit Novamag?

Durch digitale Verlängerung oder Zweitverwertung der Printinhalte. Print ist statisch, digital dynamisch. Von diesem Vorteil kann man Gebrauch machen, indem man die Inhalte multimedial anreichert. Videos, Podcasts und die Einbindung der sozialen Netzwerke erzeugen echten Mehrwert beim Leser. Gleichzeitig hat man die Möglichkeit eine völlig neue Leserschaft für seine Inhalte zu begeistern. Durch die Vernetzung über alle online Kanäle hinweg, gewinnt man Reichweite und ermöglicht die direkte Interaktion mit den Lesern. Es ist wichtig die Stärken des jeweiligen Mediums gezielt einzusetzen und aufeinander abzustimmen.

Welche konkreten Beispiele gibt es?

Es gilt im Print die Möglichkeit zu schaffen, direkt digital anzuknüpfen, z.B. mit QR-Codes oder RFID. Durch die technischen Möglichkeiten gelingt außerdem eine effektive Kundenbindung. Push Benachrichtigungen direkt auf das Smartphone, sobald eine neue Ausgabe erscheint sind nur ein Beispiel, wie man Printleser in das digitale Medium einbinden kann.

Abschließend: Welche Erfahrung aus Ihrer Partnerschaft möchten Sie noch teilen?

Herr Normann: Unsere Partnerschaft hat bereits viele klassische Printkunden dazu gebracht, Novamag als zusätzliches Kommunikationsmedium einzusetzen. Hierbei ist bereits eine großartige Dynamik entstanden. Mit nahezu jedem Projekt zeigen sich neue Anwendungsfelder auf.

Herr Nielsen: Tatsächlich schafft oft erst die konkrete Umsetzung eines Projekts Raum die vielfältigen Möglichkeiten zu entdecken. Konkrete Einsatzmöglichkeiten unserer Software reichen von Kundenmagazin, Broschüren, Geschäftsberichten und Pressemappen bis hin zum besonders aufbereiteten Newsletter. Unternehmen sollten offen sein zu experimentieren, wenn sie mit der digitalen Transformation unserer Gesellschaft Schritt halten wollen.



Malte Nielsen
Telefon:
+49 (0)40 6079 9330
nielsen@novamag.de

E. Michaelis & Co. und
Novamag GmbH
Senefelder-Ring 14, 21465
Reinbek



novamag

Es ist wichtig die Stärken des jeweiligen Mediums gezielt einzusetzen und aufeinander abzustimmen.



Anzeige

Coloring the World

Ateliervespräch mit Okuda San Miguel



"Ich möchte Spaß bei der Kunst haben und das sieht man auch."

Der Düsseldorfer Kurator Andreas Junge unternahm zusammen mit Rene Spiegelberger noch vor der Zeitenwende im Februar dieses Jahres einen Ausflug ins spanische Madrid. Dort sprachen wir mit dem für seine zumeist großformatigen farbigen geometrischen Formen bekannten Street Art-Star Okuda San Miguel über seine Mission für die Kunst. Das ganze Interview und weitere Bilder finden Sie wie gewohnt auf spiegelberger-stiftung.de.

Lieber Okuda, Deine Kunst ist international derzeit sehr gefragt. Welche Groß-Projekte hast Du jüngst realisiert?

Zuletzt haben wir ein wunderbares Kunstprojekt, eine Transformation eines amerikanischen Wohnhauses in das Kunstwerk „Rainbow Embassy“ in Fort Smith, Arkansas fertig gestellt. In Manhattan habe ich in Zusammenarbeit mit dem Mode-Label Desigual die Fassade eines großen Gebäudes gestaltet. Nun bin ich im Studio in Madrid und plane mit dem Team die neuen Projekte.



Du hast in der Vergangenheit auch Events in Miami, New York oder Ibiza und die MTV Music Awards Europe mit Deiner Kunst ausgestattet. Wird man von der Sammler Szene als Künstler trotzdem noch ernst genommen?

Ich denke schon. Die angesprochenen Koas-Garden Events und der 'Los 40 Music Award' haben super viel Spaß gemacht. Dort habe ich Kulissen, Commercial-Spots etc. gestaltet. Dennoch möchte ich nicht als ernsthafter Künstler gesehen werden. Ich mag eigentlich die sogenannten ernsthaften Künstler gar nicht. Ich möchte Spaß bei der Kunst haben und ich glaube das sieht und spürt man auch.

Wir sehen hier eine wundervolle Kooperation mit Antonio/ The Dulk, einem weiteren Street Art-Künstler aus Valencia. Ihr beide thematisiert in euren Werken häufig Natur und Tiere. Macht euch die derzeitige Situation unseres Planeten Angst? Was ist eure Botschaft?

Die Kooperation mit The Dulk ist eine der besten meines Schaffens, wir haben eine Art vergleichbarer Sprache, ähnliche Symbolik, aber unterschiedliche Techniken. Antonio ist ein großartiger Künstler, unglaublich begabt,

er beschäftigt sich wie ich viel mit Tier-Motiven. Perfekt – es wäre gut, wenn wir öfter zusammenarbeiten. Wir sind beide super happy über die Kooperation. Mir öffnet das völlig neue Horizonte.

Meine Botschaft ist: Tiere und Menschen sind auf dem gleichen Level und es besteht eine universelle Balance.

Meine Kunst beschäftigt sich immer mit Transformation und Mutation, von Menschen und Tieren. Aber die Menschen zerstören alles. Meine Transformationen zeigen unsere Verbindung und meine Botschaft ist: Schützt die Natur, tötet nicht sinnlos die Tiere, beispielsweise durch Plastikmüll in den Ozeanen. Das ist nicht Evolution. Evolution bedeutet, respektvoll mit der Natur und den Tieren umzugehen.

Antonio/The Dulk: Diese Zeit der Zusammenarbeit war großartig. Erst getrennt auf Basis von Skizzen unserer Idee, die wir auf Entfernung zusammengefügt haben. Später zusammen hier im Studio von Okuda in Madrid. Es hat Spaß gemacht, aus diesen Ideen zwei einzigartige Kunstwerke zu erschaffen. Ein Gemälde und eine große Skulptur, auf Entfernung – aber wir haben es hinbekommen. Die Herausforderung lag in unseren unterschiedlichen Stilen; daraus etwas Harmonisches hinzubekommen war nicht leicht. Okudas Stil ist sehr grafisch und hat viele geometrische Bestandteile und spezielle Farbpaletten, mein Stil ist sehr organisch mit weichen Farben. Aber das Ergebnis ist großartig und das große Gemeinschafts-Werk ist auch schon an einen Sammler verkauft. *lacht zufrieden*. Ich reise also bald weiter nach Neuseeland für ein Mural Projekt.

Okuda, Du kooperierst häufiger mit anderen Künstlern? Was inspiriert Dich an der Zusammenarbeit mit „The Dulk“? Was gefällt Dir besonders?

Ich mache diese Kooperationen sehr gern. Ich habe mit meiner Kunst in den Straßen angefangen, das ist 20 Jahre her. Auf der Straße war ich Regisseur, Direktor aller Sprayer, wenn wir in einer Gruppe „Murals“ gesprüht haben. Deshalb liebe ich diese Kooperationen heute noch, es ist wie früher. Bei The Dulk schätze ich seine Technik und die Qualität seiner Werke sehr. Er ist großartig.

Könntest du einen toten Künstler zum Leben erwecken – mit wem würdest Du zusammenarbeiten wollen?

Ich würde es sehr lieben, wirklich lieben mit Salvador Dalí, Hieronymus Bosch und René Magritte zusammenzuarbeiten, mit diesen drei Legenden – ach, und mit Keith Haring.

Ist der traditionelle Kunsthandel ein Vertriebsweg für Dich oder sind heute andere Wege zu beschreiten – wie zum Beispiel Social Media?

Ich bin mit meinen Werken vorbei am klassischen Kunstmarkt auf einen neuen Weg gelangt. Meine Kunst sieht man auf der Straße. Wir sind mit dem Internet aufgewachsen und wir nutzen das Internet.

Ich bin sehr stark auf die Social Media-Kanäle und das Internet ausgerichtet. Diese Kanäle unterstützen mich und meine Fans können mir folgen.

Der Kunstmarkt ändert sich. Meine großen Sammler reisen nicht mehr so häufig zu den Galerien. Viele kaufen die Werke via Internet direkt aus meinem Studio.

Street Art ist nur selten für die Ewigkeit. Sie wird gestohlen, verbaut, verwittert, übertaggt. Wie fühlt sich das für Dich an?

Der Start meiner Karriere begann auf der Straße. Ich habe gesehen, wie sich meine Werke entwickeln. Häufig habe ich alle zwei Wochen dieselbe Wand übermalt und sie wurde jedes Mal wieder übermalt. Heute habe ich den Vorteil, dass ich unglaublich große Gebäude bemale und niemand diese Werke einfach übermalen kann, nur das Wetter verändert ein wenig die Farben. Diese Werke sind dann für die Ewigkeit. Ich kann das Gesicht einer Stadt nachhaltig mit meiner Kunst verändern. Das empfinde ich als eine faszinierende Idee.



Spendet es Dir dabei Trost, dass Du sicher sein kannst, dass Du in Sammlungen vertreten bist, die dafür Sorge tragen werden, dass Deine Kunst physisch Bestand haben wird?

Ja, das ist mir sehr wichtig. Diese jungen Sammler kommen in mein Studio, besuchen mich, sie lieben die Werke, kaufen und kümmern sich um sie. Und ich habe vor einer Weile eine U-Bahnstation in Madrid gestaltet, super, ein sehr großes Werk – unterirdisch geschützt und konserviert, wenn man das so sehen will. Meine heutige Kunst hat also Bestand.

Siehst Du Deine Kunst auch als Geldanlage für Sammler oder zerstört der internationale Kunstmarkt dem Freiheitsgedanken von Street Art Deiner Meinung nach?

Der Internationale Kunstmarkt beschäftigt sich gerade sehr mit Street Art und bringt die Werke der Künstler aus den Studios zu den besten internationalen Messen. Street Art ist die jüngste Evolutionsstufe der Kunstgeschichte. Das ist ein sehr wichtiger Schritt für die Kunst.

Urban Art unterscheidet sich stark von den Strukturen des akademischen Kunstbetriebs. Dein Wirken steht unter diesem Trend-Label, obgleich Du ein im traditionellen Sinne akademisch ausgebildeter Künstler bist. Hältst Du diese Kategorisierung für relevant?

Das ist meiner Meinung nach nicht so wichtig. Ich habe vieles gelernt, mich mit Kunstgeschichte beschäftigt und mich weiterentwickelt, aber am meisten habe ich auf der Straße gelernt. Mein Stil hat sich dort entwickelt, meine speziellen Formen. Mir ist meine eigene künstlerische Ausdrucksweise wichtig, ein einzigartiger Stil ist das wichtigste. Ich habe an der Uni und auf der Straße gelernt, aber ich beurteile Kunstwerke eines Künstlers nicht danach, ob er studiert hat.

Du hast ein Team von Mitarbeitern und Deine Werke werden zum Teil am Computer entworfen. Es gibt also eine Okuda-Factory. Bist Du als Künstler somit auch Unternehmer?

In meinem Studio arbeiten bis zu 20 Leute mit unterschiedlichen Aufgaben und Fähigkeiten und natürlich mein Manager. Wir arbeiten seit 18 Jahren zusammen. Sie alle helfen mir bei internationalen Projekten oder Kunstwerken im Studio. Wir können diese Projektgröße sonst nicht realisieren. Heutige Künstler brauchen Unterstützung, um das zu verwirklichen, was sie geplant haben.

Kunstkritiker bewerten Unverkennbarkeit im Stil als ein relevantes Bewertungskriterium für die Relevanz zeitgenössischer Kunst. Um im Unternehmer-Jargon und bei der Okuda-Factory zu bleiben, könnte man sagen, Du hast Dich zur Marke entwickelt. Gibt Dir dies Freiheit oder schränkt es Dich ein?

Ich fühle mich nicht in einer Art selbstgemachten Käfig gefangen. Ich verändere mich und mein Werk befindet sich in einem kontinuierlichen Evolutions-Prozess. Wenn ich



Coloring the World!

feststelle, dass dieser Prozess anhält, dann verändere ich Dinge. Wir ziehen zum Beispiel bald in ein größeres Studio, ich arbeite an neuen Techniken. Ich brauche neue Dinge, um glücklich zu sein. Aber immer in meiner visuellen Sprache, die jeder erkennt.

Du verdienst zurzeit gut. Was ist für Dich Luxus?

Ich kümmere mich nicht so sehr um Geld. Ich arbeite viel und bekomme Geld, aber mein Luxus ist abgesichert zu sein. Ich kann für meine Familie sorgen. Vielleicht gebe ich meiner Familie mehr Luxus als mir selbst. Ich möchte weiter reisen und meine Projekte realisieren. Mein Luxus ist mein Team und mein Studio und die Weiterentwicklung, ein wenig ausgefallene Klamotten. Hinzu kommt meine eigene Kunstsammlung – eine super Kunstsammlung, die ich gerade aufbaue.

Welche Rolle spielen soziale Projekte in Deiner Arbeit?

Ich habe verschiedene soziale Projekte im Ausland realisiert, mit Jugendlichen an Murals gearbeitet, auch in Indien und Afrika. Mir ist das wichtig als Balance zu den Großprojekten. Ich muss mich da ausbalancieren. Das sind tolle Erfahrungen, wenn Du dann in die Augen der Kids schaut. Das kannst Du nicht mit Geld bezahlen.

Eine letzte Frage: Was ist Deiner Meinung nach die Aufgabe eines Künstlers in diesem Jahrhundert?

Das kann ich nur für mich beantworten: Ich möchte die Welt durch meine farbenfrohen Werke etwas verbessern. Eine positive Botschaft an die Menschen senden: Coloring the World!



Weitere Informationen über den Künstler Okuda finden Sie unter okudasanmiguel.com oder auf spiegelberger-stiftung.de. Für die Ermöglichung des Ateliergesprächs sowie die Bereitstellung des Bildmaterials danken wir Herrn Andreas Junge, Düsseldorf.

Unser Gastro-Tipp zur Mittagspause

In der Mittagspause gedanklich in die Ferne reisen - für Verbandsmitglieder, die gerne so neue Energie tanken, haben wir einen Tipp.

Das CAFÉ HIMMELSSCHREIBER mit seiner Aussichtsterrasse direkt am Abfertigungsvorfeld des General Aviation Terminal (GAT) des Hamburger Helmut Schmidt Flughafens hält mittags so manch Überraschung bereit: Wer hier luncht, kann schon mal auf den einen oder anderen Promi treffen, der kurz vor dem Boarding in den Privatjet für den Flug nach Sylt, Mallorca, Nizza oder sonst wohin einen kleinen Imbiss zu sich nimmt. Warten geht auch schlechter!

Dabei vermittelt gerade der intime Charme der Location einen Backstage-Eindruck, wenn der prominente Musiker, Fußballer oder TV-Star am Nebentisch sitzt.

Aber auch ohne Präsenz von Prominenz ist das Café einen Besuch in der Mittagspause wert. So bringt das Servicepersonal stets gut gelaunt und auch sehr schnell das Essen an die über 30 Tische. Ob „Mafioso Kaffee“, „Kater Killer“ oder „Air Hamburg Techniker Brause“ – be-

reits unter den Getränken gibt es viele Besonderheiten, was sich bei den Speisen fortsetzt. Hier wird jeder in dem kreativen Angebot fündig.

Während der Polizeihubschrauber Libelle nur wenige 100 Meter entfernt startet, eine Embraer Legacy die Parkposition einnimmt oder eine Cessna Citation auf das Rollfeld vorfährt, für einen kurzen Moment gerät der kulinarische Genuss in den Hintergrund und alle beachten nur die Fliegerei.

Übrigens, als Tochterunternehmen des größten Business Aviation Anbieters Europas bietet das CAFÉ HIMMELSSCHREIBER als AIR HAMBURG Catering Concept seinen Gästen Gastronomie der Spitzenklasse, mit kreativen Speisen und regionalen Produkten. Das kann man auch genießen, wenn man einfach nur für das Mittagessen in Hamburg am Boden bleibt. Von Interesse dürfte sein, dass die Location auch etwas Besonderes für ein Firmenevent mit geschlossener Gesellschaft ist. Bis zu 100 Personen können hier indoor zu den unterschiedlichsten Anlässen feiern, nimmt man den Outdoorbereich hinzu, sind es sogar bis zu 200 Personen.



Anzeige

KEIN DACH
ÜBERM KOPE, ABER EIN
SCHICKES AUTO.

Aston Martin
Vantage Cabrio
289,- / Tag
100 km frei



Das neue Aston Martin Vantage Cabrio bei STARCAR günstig mieten:

0180/55 44 555*

*(Festnetz 0,14 €/min; Mobilfunk max. 0,42 €/min)

STARCAR
Autovermietung



Jörg Knör

Dieses Jahr ist Jahr 1 nach Ihrer Jahr-100-Show. Sie haben im vergangenen Jahr 60. Geburtstag und 40 Jahre Showkarriere gefeiert. Geben Sie uns einen kurzen Rückblick in die gute alte Zeit?

Meine „gute alte Zeit“ hatte zig Highlights: Wum & Wendelin-sprechen für Lorient, 1. Klasse fliegen neben Helmut Schmidt, ein BAMBİ kassieren über Rudi Carrell, Sketche schreiben für Harald Juhnke, Restaurantshow für Liza Minelli und ein Auftritt im Beacon Theatre in New York und natürlich die eigene Show im ZDF mit jeden Monat acht Millionen Zuschauern.

Sie parodieren über 70 Stimmen. Zwischen welchen Figuren gäbe es in Ihrer Phantasie Synergie-Effekte?

Karl Lagerfeld und Guido Maria Kretschmer, Udo Lindenberg und Angela Merkel, Boris Becker und Dieter Bohlen. Aber was auf den ersten Blick nicht zusammenpasst, taugt zu mehr Spaß.

Wer ist Jörg Knör?

1959 in Wuppertal geboren und gilt als der Entertainer unter den Comedians. Für Lorient sprach er sieben Jahre lang dessen Figuren Wum und Wendelin in der TV-Sendung „Der Große Preis“. In seinem aktuellen Programm „DIE JAHR-100-SHOW“ lässt Jörg Knör seine persönlichen Highlights aus 40 Jahren „live“ und 60 Jahren „Life“ Revue passieren. Ab November 2020 folgt dann parallel eine neue Show: „OLDSCHOOL...aber GEIL!“ Hier lässt der Großmeister der Parodie (über 70 Stimmen im Repertoire) Legenden lebendig werden und zeigt in einem Entertainment-Feuerwerk, dass alte Schule und passioniertes Unterhaltungs-Handwerk nichts an Geilheit verloren haben.

Welche besonderen Kriterien muss jemand erfüllen, um von Ihnen parodiert zu werden?

Er/Sie sollte auch im Original 90% meiner Zuschauer bekannt sein und beim Vorlesen des Telefonbuchs auch nur akustisch nach wenigen Sekunden erkennbar sein. Aber er/sie muss auch spannende Geschichten liefern, die ich weiterspinnen kann. Schröder mit junger Frau zuhause oder Merkel im Ruhestand...das möchte man mal detailliert und live darstellen.

Angenommen Inge Meysel, Rudi Carrell und Karl Lagerfeld würden plötzlich wieder lebend zusammen in einem Café sitzen, wie würden sie die Geschehnisse um Corona diskutieren?

Inge Meysel würde sich unterm Tisch den Schlüpfen ausziehen und zum Mundschutz machen. Rudi Carrell würde Jens Spahn ein Rudigramm singen: „Alles hat ein Ende, nur Corona nicht!“ Und Karl Lagerfeld würde einen neuen Covid-19-Schutzhelm entwerfen, weil schon zu vielen Menschen in der Corona-Zeit die Decke auf den Kopf gefallen ist.

Warum sollte man seinen Humor nie verlieren und was motiviert Sie, Menschen zu unterhalten?

Weil nur das Lachen noch ansteckender ist als jedes Virus und weil Humor der Knopf ist, der verhindert, dass uns der Kragen platzt. Menschen zu unterhalten ist eine Erfüllung für beide Teile und lenkt den Blick auf die bessere Seite des Lebens. Auch ich erkenne unsere Aufgabe als Künstler oft erst wieder, wenn ich selbst Zuschauer bei Kollegen bin.

Wollten Sie mal einen bürgerlichen Beruf ausüben?

Ja, ich wäre gern Karikaturist oder Werbegrafiker geworden. Aber der Professor, der mich für das Studium Kommunikationsdesign ablehnt hat, hat mehr als jeder Andere für meine Karriere im Show-Fach getan, weil mir dann nur noch die Tür auf die Bühne blieb. Durchgegangen – und richtig gemacht!

Anzeige

Innovativ. Familiär. Hanseatisch.

Ihr Partner für den
Hallenbau.

Spezialist seit 1972



montagebau-hansa.de

 HANSA.



Burkhard Mohr

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

ISBN 978-3-945152-19-5

IMPRESSUM

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:

DIE JUNGEN UNTERNEHMER
RK Metropolregion Hamburg
www.junge-unternehmer.eu
Regionalvorsitzende – Julia Dettmer
Jongen GmbH
Reiherdamm 5, 20457 Hamburg

DIE FAMILIENUNTERNEHMER e. V.
RK Metropolregion Hamburg
www.familienunternehmer.eu
Regionalvorsitzender –
Henning Fehrmann
FEHRMANN GmbH
Stenzelring 19, 21107 Hamburg

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

Redaktion:

redaktion@hhun.de
Malte Wettren, David Friedemann,
Dr. Björn Castan, Gabriela Friedrich,
Nathalie Rieck, René Spiegelberger,
Falk Röbbelen
Redaktionsanschrift : c/o Laborato,
Colonnaden 46, 20354 Hamburg

Konzeption und Design:

:Laborato
Colonnaden 46, 20354 Hamburg
www.laborato.de

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:

30. Oktober 2020

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.

Datenschutz ist Vertrauenssache:

Informationen zum Umgang mit Ihren personenbezogenen Daten im Rahmen der Datenschutz-Grundverordnung finden Sie unter <https://www.familienunternehmer.eu/ds-gvo.html>. Magazin abbestellen (für Gäste, Medien & Politik): widerruf@familienunternehmer.eu bzw. widerruf@junge-unternehmer.eu oder per Post (Charlottenstraße 24, 10117 Berlin). Für Mitglieder ist der Bezug des Magazins in der Mitgliedschaft enthalten.

Erscheinungsweise: 4x jährlich

Anzeige



HUGO PFOHE

EIN EXKLUSIVES ANGEBOT FÜR DIE JUNGEN- UND FAMILIENUNTERNEHMER

DER VOLLELEKTRISCHE JAGUAR I-PACE



SONDERMODELL EV320 SE



Aufgeladen mit Begeisterung. Der vollelektrische Jaguar I-PACE elektrisiert Sie vom ersten Moment an. Dank seiner innovativen Antriebstechnik verbindet er kurze Ladezeiten mit einer hohen Reichweite von bis zu 470 km und Jaguar typischer Performance – und das völlig emissionsfrei. Darüber hinaus spart er Ihnen bei der Versteuerung nicht nur 50 % des geldwerten Vorteils, sondern ist auch durch den einmaligen Umweltbonus inkl. Innovationsprämie in Höhe von 7.500,- €** außergewöhnlich attraktiv.

AB MTL.
349,- €*

Gewerbe-Leasingangebot
Preisangabe netto zzgl. MwSt.

Vereinbaren Sie jetzt Ihre Testfahrt.

Stromverbrauch, kombiniert, Jaguar I-PACE: 23,0 kWh/100 km; CO₂-Emissionen im Fahrbetrieb: 0 g/km; Effizienzkl.: A+.

*Ein Gewerbeleasing-Leasingangebot mit Kilometerabrechnung, auf Wunsch zzgl. Technik-Service (Übernahme aller Wartungskosten und verschleißbedingter Reparaturen): Jaguar I-PACE EV320 SE 235 kW (320 PS): mtl. Leasingrate: 349,- €, Barpreis: 65.551,27 €, Leasingsonderzahlung: 5.000,- €, Laufzeit: 36 Monate, Gesamtleistung: 30.000 km, Gesamtbetrag: 21.864,- €. Zzgl. Bereitstellungs- und Zulassungskosten. Ein Leasingangebot der Jaguar Land Rover Fleet & Business Leasing zzgl. der gesetzlichen MwSt. Ein Produkt der ALD AutoLeasing D GmbH, Nedderfeld 95, 22529 HH. Es gelten die allg. Geschäftsbedingungen der ALD AutoLeasing D GmbH, Stand 09/2020. Gültig bis auf Widerruf. Wir sind für mehrere bestimmte Darlehensgeber tätig und handeln nicht als unabhängiger Darlehensvermittler. **2.500,- € Nachlass von Jaguar (netto), 5.000,- € Innovationszuschuss vom Bund, zu beantragen bei der BAFA. Die Ausstattungsmerkmale des abgebildeten Fahrzeuges sind nicht Bestandteil des Angebotes. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.



Erzen Haxhikadriu

Zertifizierter Fuhrparkberater

Telefon:
(040) 500 60 - 187

E-Mail:
e.haxhikadriu@hugopfohe.de

Hugo Pfohe GmbH
Hindenburgstraße 167
22297 Hamburg

www.hugopfohe.de

Hauptsitz: Hugo Pfohe GmbH | Alsterkrugchaussee 355 | 22335 Hamburg



IHR PRIVATES ESSZIMMER.

JETZT BUCHEN:

+49 40 70 70 88 917

SALES@AIR-HAMBURG.DE



AIR HAMBURG