

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Anne Lamp

Kunststoffersatz
statt Tierfutter

Lichterglanz und harte Fragen

Das Livestream-Event
„Gesunde Wirtschaft 2021“

Sarna Röser,

DIE JUNGEN UNTERNEHMER

Corona-Hilfen von Bund und Land
- Top oder Flop?

**Green
Business**

Nr. 1

2021



DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

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

Erst der theoretische Plan, dann die praktische Umsetzung – diesem bewährten Prinzip folgt man überall in der Wirtschaft. Wo aber bitte ist der Plan der politisch Verantwortlichen für den Umgang mit Covid-19? Wo ist der Plan, der die verschiedensten Denkmodelle berücksichtigt, kontroverse Diskussionen aushält und vor allem den Schutz der Gesundheit ebenso in den Mittelpunkt der Betrachtung stellt wie den Schutz der Wirtschaft? Wenn die Bundes- und die Landesregierungen die Pandemie managen, scheint es nur ein Konzept zu geben: Lockdown und das Warten auf bessere Zeiten.

In Talkshows und Social Media-Beiträgen klagen Unternehmer ihr Leid. Einzelhändler, Gastronomen, Friseure bangen um ihre Existenzen. Schnelle, unkomplizierte und notwendige Hilfgelder, die großspurig gebetsmühlenartig immer wieder zugesagt werden, verlieren sich im Verwaltungsapparat unseres Landes.

Wer in den letzten Wochen die Medien verfolgt hat, der könnte meinen, Tübingens grüner Oberbürgermeister, Boris Palmer, nähme sich ein kleines gallisches Dorf zum Vorbild. Es ist erfrischend, wie er mit maximalem Pragmatismus seiner Verantwortung regional gerecht werden will. Was ist möglich, was ist nötig? Er verfolgt einen Plan. Er sitzt die Pandemie nicht aus, er erkennt die Risiken hinter der unkreativen, verantwortungslosen Lockdown-Strategie. Man könnten meinen, unser Titelthema „Green Business“ wäre seinem Tatendrang gewidmet. Es braucht mehr Politiker wie Boris Palmer, die versuchen, einen Plan des Machbaren umzusetzen.

„Wir können es nicht allen recht machen“, sagt auch Sebastian Köppel in einem Interview über den Wandel des bald 90-jährigen Unternehmens beckers bester. Die Welt verbessern wollen Anne Lamp und Johanna Baare mit ihrem jungen Unternehmen traceless materials GmbH. Wir haben die beiden Unternehmerinnen in Hamburg und aus Kopenhagen zugeschaltet gesprochen, um mehr über ihren Plan für eine plastikfreie Zukunft zu erfahren. Sicherlich eine der jüngsten Unternehmensgeschichten, die wir jemals auf dem Titel hatten. Pläne gibt es auch, neben der Elektromobilität die Wasserstoffmobilität voranzutreiben, worüber Sven Jösting schreibt.

Lassen Sie sich inspirieren von den Plänen und Ideen dieser Ausgabe, schmieden Sie eigene Pläne, allein oder gemeinsam in lernenden Organisationen. Setzen Sie Ihre Pläne um, auch gegen Widerstände und vergessen Sie nie: „Machen ist wie Wollen, nur viel krasser!“

**Wir wünschen Ihnen
viel Freude beim Lesen –
Malte Wettern &
David Friedemann**

MIT ABSTAND DER BESTE SERVICE.

JETZT BUCHEN:
+49 40 70 70 88 917
SALES@AIR-HAMBURG.DE

AIR HAMBURG



Anzeige

 www.facebook.com/DieJungenUnternehmerHamburg
www.facebook.com/hamburg.familienunternehmer.eu
 www.instagram.com/diejungenunternehmerhamburg
www.instagram.com/familienunternehmer_hh



David Friedemann
DIE JUNGEN UNTERNEHMER

Malte Wettern
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Nachgedacht

- 6 Über Green Business
- 82 Glosse - Fa(l)ke News

Vorstands-Statements

- 8 Henning Fehrmann & Julia Dettmer

Wirtschaft & Politik

- 16 Sarna Röser über Corona-Maßnahmen
- 22 Der European Green Deal
- 58 Wasserstoff in Hamburg
- 88 AGA - SeaReenergy Offshore



Kunst & Kultur

- Ateliorgespräch mit Karin Kneffel 84

Wissen

- Nachhaltige Unternehmenskultur 26
- Nachhaltige Geschäftsmodelle 30
- Hammerbrooklyn. DigitalCampus 38
- Grün und dezentral: Solarstrom 48
- Das neue Verbandssanktionengesetz 56
- Due Diligence in M&A-Transaktionen 60



Mitglieder & Veranstaltungen

- Gesunde Wirtschaft 2021 70

Titelstory

- Anne Lamp & Johanna Baare im Interview 50

Interview

- 12 Golfanlage Peiner Hof - Susanne Rahlfs
- 18 Friedhofsgärtner - Thorsten Grobe
- 34 becker's bester - Sebastian Koepfel
- 40 Ecosia - Christian Kroll
- 44 Achiy & Zerckstyle - V. Piez & T. Zerck
- 64 Nordstory - Schulz Industriereiniger
- 66 Frank Schweikert im Porträt
- 74 Hamburger Volksbank - Rita Herbers
- 78 Ogænic® - C. Seehusen & S. Leifer
- 92 Nachgefragt bei Arved Fuchs



Trends & Style

- Schön grün 62
- Unser Gastro-Tipp zur Mittagspause 90



Mit nachhaltigen Geschäftsmodellen in die Zukunft

Von Dr. Björn Castan

Als ich 18 Jahre alt war, bekam ich von meinen Eltern einen gebrauchten Golf geschenkt. Ich war begeistert von der nun grenzenlos scheinenden Freiheit der neuen Mobilität. In derselben Zeit gab es eine gesellschaftliche Diskussion über ein Waldsterben durch sauren Regen. Mein Auto hatte keinen Katalysator. Politisch wurde zur Bekämpfung des Waldsterbens die Automobilindustrie dazu gezwungen, Katalysatoren in Autos einzubauen, welche den sauren Regen erzeugende Schadstoffe weitgehend aus den Abgasen herausfiltern. Meine jugendliche Freiheit verteidigend, vertrat ich damals nicht ganz ohne Ernst die Ansicht, mein Auto würde auch ohne Wald fahren. Die Autoindustrie kämpfte erbittert gegen den Katalysator, da er die Autos verteuern würde und man um die Absatzzahlen und Arbeitsplätze fürchtete. Wie wir heute wissen, ist sie nicht am Katalysator zugrunde gegangen und die Schadstoffe, die durch dessen Einführung vermieden wurden, sind erheblich. Daraus gelernt wurde allerdings wenig. Man entwickelte die Motoren, die Aerodynamik und die Materialien weiter, senkte zwar den durchschnittlichen Treibstoffverbrauch, hat aber nicht wirklich daran gearbeitet, emissionsfreie Autos zu bauen. Bis einer kam, der es getan hat und dessen Unternehmen heute mehr wert ist als weltweit alle anderen Automobilhersteller zusammen.

Vieles hat sich seitdem verändert. Z.B. meine Einstellung zur Bedeutung des Schutzes unserer Umwelt. Was sich aber leider nicht verändert hat, ist die Argumentation mancher Unternehmen, ihr umweltschädigendes Verhalten fortzusetzen, obwohl heute die Schäden an den Ökosystemen, die wir Menschen anrichten, ungleich größer sind als in meiner Jugend.

Die Weltbevölkerung wächst nach wie vor. Aktuell leben 7,8 Mrd. Menschen auf der Welt. Vor 70 Jahren waren es noch 2,5 Mrd. und in 30 Jahren werden es ca. 10 Mrd. sein. Die Ressourcen der Erde nehmen jedoch nicht zu, sondern durch den menschlichen Verbrauch ab und dies mit steigendem Lebensstandard immer schneller. Die Hälfte des CO₂, für das die Menschheit verantwortlich ist, wurde in den letzten 30 Jahren ausgestoßen.

Es ist offensichtlich, dass ökonomisches Wachstum zwingend zu einem natürlichen Ende finden wird, wenn Rohstoffe weiter wie bisher verbraucht werden.

Diese physikalische Erkenntnis annehmend, haben sich manche Silicon Valley Unternehmer vorgenommen, neuen Lebensraum für die Menschheit auf anderen Planeten zu er-

schließen, für die Zeit, wenn wir unseren ruiniert haben werden. Das ist einerseits logisch und konsequent. Ich weiß nicht, wie es Ihnen geht, ich ziehe jedenfalls das Leben auf der Erde dem auf dem Mars vor. Die Firma Deep Space Industries bereitet gerade im Auftrag der NASA die Rohstoffgewinnung aus Asteroiden vor, für den Fall, dass uns die Rohstoffe auf der Erde ausgehen. Auch eine Möglichkeit. Aber wollen wir es wirklich soweit kommen lassen? Wenn wir im Kern Einigkeit darüber haben, dass wir bei einer wachsenden Weltbevölkerung und begrenzten Ressourcen bei gleichbleibendem Verhalten auf eine Situation hinsteuern, in der sich die Menschen ihrer eigenen Lebensgrundlagen beraubt haben werden, müssen wir offenbar unser Verhalten ändern. Jedenfalls wenn wir nicht wollen, dass unsere Nachfahren auf den Mars auswandern müssen.

Eine gute Eigenschaft des Menschen besteht darin, dass er in der Lage ist, zukünftige Entwicklungen zu antizipieren. Das Konzept, das einen wichtigen Lösungsbeitrag leisten soll, ist unter dem Begriff „Kreislaufwirtschaft“ (cradle to cradle) bekannt geworden. Unsere gesamte Wirtschaft wird hierzu so organisiert, dass vom Produktdesign über die Materialien, die Logistik, den Betrieb und die Wiederaufbereitung der Materialien nach Ablauf der Lebensdauer nach Möglichkeit keine neuen Rohstoffe mehr verbraucht werden, sondern sie in einem Kreislauf gehalten werden. Der Aufbau der Kreislaufwirtschaft bietet eine Vielzahl von Chancen für neue Geschäftsmodelle.

Wir sollten uns nicht davon aufhalten lassen, dass unser Anteil an den weltweiten CO₂ Emissionen, verglichen mit denen der Vereinigten Staaten oder China, ja deutlich geringer ist. Wenn es den deutschen Unternehmen gelingt, kreislauffähige Prozesse umzusetzen, werden diese ein großes Potenzial für Exporte bieten. Wir sollten alte Grabenkämpfe in den

Kreislauffähige Prozesse bieten großes Potenzial für Exporte.

Köpfen, die einen Widerspruch zwischen Ökonomie und Ökologie sehen, überwinden. Denn es geht nicht um grüne Ideologie, sondern um nachhaltige Geschäftsmodelle der Zukunft. Die ökologischen Kosten sollten wir nicht mehr auf die nachfolgenden Generationen oder andere Länder abwälzen.

Ich plädiere hier mit aller Leidenschaft dafür, dass wir mit unseren Unternehmen aus eigenem Antrieb vorangehen. Und zwar freiwillig und wir nicht darauf warten, dass politische Ge- und Verbote uns dazu zwingen. Denn das werden sie mehr und mehr, wenn wir nicht selbst das Heft des Handelns in die Hand nehmen.

Der Green Deal der EU wird das größte Investitionsprogramm der Nachkriegsgeschichte auslösen. Die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen geben die Zielsetzungen vor, auf die sich die Weltgemeinschaft verständigt hat. Die großen Manifeste der Menschheit waren Zukunftsprogramme. Es eint sie, dass sie zum Zeitpunkt ihrer jeweiligen Zeit Utopien waren. Zu der Zeit, als die Menschenrechte und die Gewaltenteilung in Frankreich von Montesquieu formuliert wurden, waren sie Utopien. Ebenso wie die amerikanische Unabhängigkeitserklärung ein frommer Wunsch an die Zukunft war.

Diese Ideen waren aber so stark, dass sie sich durchgesetzt haben. Als ein solches Manifest betrachte ich die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen, denn sie vereinen die Ökonomie und die Ökologie miteinander.

Green Business ist schon heute keine Utopie mehr.

Der Anfang ist gemacht.

Herzlichst,
Ihr
Björn Castan

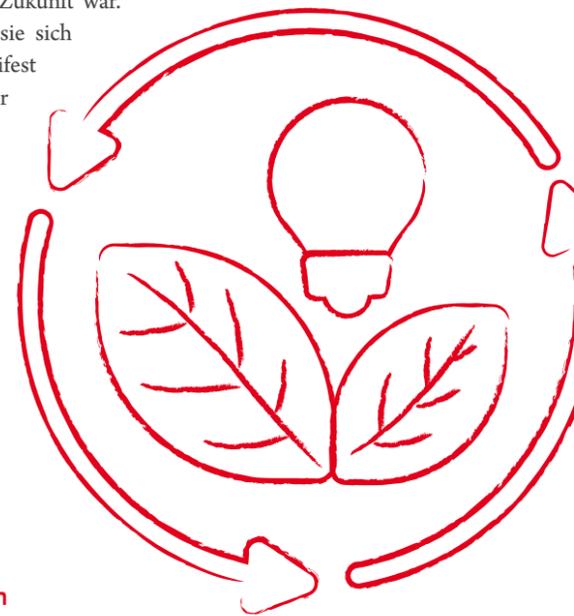
Wie denken Sie über Green Business?

Schreiben Sie mir gerne an castan@researchforfuture.com

Der Autor



Dr. Björn Castan



Green Business Statement

von Julia Dettmer

Wie definieren Sie Green Business? Was fällt für Sie in diesen Bereich?

Vor ein paar Wochen ist im Wissenschaftsmagazin „Nature“ ein spannendes Paper erschienen. Darin haben Forscher ausgerechnet, dass alles Lebende auf der Erde – Bäume, Blumen, Menschen, Tiere oder Fische – 1,1 Terratonnen wiegt. Erstmals ist das weniger als das Gewicht aller Dinge, die der Mensch erschaffen hat und von denen das Meiste früher oder später zu Müll wird. Der Ressourcenverbrauch galoppiert, während die Biomasse stagniert. Hier beginnt das „Business“: Ich sehe Green Business als ein spannendes Wirtschaftsfeld mit riesigen Wachstumschancen. Denn grüne Geschäftsideen bringen nicht selten neue Umsatzquellen hervor. Bringt die Volkswirtschaft Neuerungen auf den Markt, erzeugt sie derzeit damit unweigerlich mehr Müll, weil das alte Mantra dominiert: es wird hergestellt, verbraucht, weggeworfen. Nur 8,6 Prozent der Ressourcen werden aktuell wiederverwertet. Green Business bedeutet für mich eine Cradle-to-Cradle-Kreislaufwirtschaft; Rohstoffe werden von der Wiege bis zur Wiege immer wieder verwendet. Das bekannteste Beispiel für Green Business ist für mich der Bereich der erneuerbaren Energien. Dieses Thema sehen viele Unternehmer nur als Kostentreiber. Kurzfristig, wie ich finde. Dieser Sektor hat bewiesen, dass sich der Ressourcenverbrauch von der Wirtschaftsleistung entkoppeln kann. So ist unser Bruttoinlandsprodukt über die Jahre deutlicher gestiegen als der Verbrauch fossiler Energien.

Wie schätzen Sie die Bedeutung von Green Businessideen bei der Entwicklung Hamburgs als innovativem Wirtschaftsstandort ein?

Hamburg ist gerade in einem Ranking der Innovationskraft nur auf Platz 4 gelandet, München führt. Uns fehlt die bayerische Autoindustrie, uns fehlt die Kreativbranche in einem Ausmaß wie Köln (Platz 2 des Rankings) sie hat. Green-Business-Ideen bieten Wachstumspotenzial hier im Norden, das hat auch der Senat erkannt. Meine eigene Firma im Hamburger Hafen, Jongen, kooperiert mit der Umweltbehörde. Wir rücken aus, wenn ein Schiff im Hafen Öl verliert, kämpfen gemeinsam mit der Berufsfeuerwehr und modernster Technik, damit das Ökosystem keinen Schaden nimmt. Im vergangenen Jahr haben wir eine der ersten Anlagen der Welt versuchsweise ausprobieren dürfen, die Ballastwasser von Seeschiffen reinigt. So wird verhindert, dass Wasser in die Elbe gerät, das aus ganz anderen Regionen des Planeten stammt und invasive Arten wie Cholera-Bakterien aus Singapur, Algen aus Shenzhen oder Krebse vom Golf von Mexiko einträgt. Mein Unternehmen ist Mitglied in der Aktion „Umweltpartnerschaft“ der Stadt – hierdurch fördert Hamburg nachhaltiges Wirtschaften.

Welche grünen Zukunftstechnologien sollten vom Hamburger Senat stärker gefördert werden?

Airbus gehört zu den größten Konzernen der Welt in der Luftfahrtindustrie. Ein wichtiger Standort des Unternehmens ist Hamburg. Bis 2035 will das Unternehmen ein emissionsfreies Passagierflugzeug entwickelt haben. Ein ehrgeiziges Ziel. Es soll mit – hoffentlich grünem – Wasserstoff angetrieben werden, da Batterieakkus viel zu schwer wären. Noch wird in Hamburg hauptsächlich der Airbus A320 gefertigt. Der Senat sollte sich darum bemühen, die Wasserstoffaktivitäten von Airbus in Hamburg anzusiedeln. Das hätte Strahlkraft auch auf andere Branchen.

Hamburg will ökologischer und klimafreundlicher werden. Sehen Sie das uneingeschränkt positiv oder birgt dies auch Schattenseiten für Unternehmer?

Hamburg sollte klug agieren und vor allem Infrastruktur zur Verfügung stellen, die grünes Wirtschaften möglich macht. Von Zwangsaufgaben halte ich nicht viel, denn dabei fallen immer wieder Unternehmen aus der Reihe, die in höchst individuellen Marktumfeldern arbeiten. Vielmehr werden Unternehmer selbst erkennen, dass diese Form der Unternehmensführung und der Innovationen höchst rentabel sein kann. Bei Unternehmensbewertungen sind schon heute grüne Faktoren fast so wichtig wie die Eigenkapitalquote. Es geht um eine Billionen-Euro-Frage. Das haben kluge Unternehmer längst erkannt.

Welche Unterstützung bietet der Verband, wenn sich Mitglieder mit ihren Produkten oder ihrer Produktionsweise grüner ausrichten möchten?

Viele Mitglieder – auch aus durchaus überraschenden Bereichen – stecken mitten drin in der Green Business-Wende. Bei nicht jedem hätte man das vorher gedacht. Sie berichten dann, dass solche Ansätze auch Geld sparen helfen können oder komplett neue Geschäftsfelder erschließen. Bei unseren Veranstaltungen ist das immer wieder Thema. Austausch hilft. Ich stehe etwa jedem Interessierten als Gesprächspartnerin zur Verfügung – die Dettmer Group arbeitet im Feld des „Green Business“ seit rund 30 Jahren und ich habe in diesem Sektor selbst gegründet.

Viele halten die Corona-Krise für den Anfang einer bewussteren, grüneren Form des Wirtschaftens. Schließen Sie sich dem an?

So schön das wäre, so naiv ist es in manchen Bereichen. Die Pandemie hat ökologische Schattenseiten: Wir bestellen mehr denn je online, der Lieferverkehr nimmt massiv zu. Wir streamen was das Zeug hält, halten Videokonferenzen ab, mailen mehr denn je – die Serverfarmen sind extreme Energiefresser. Es wird zu massiven Nachholeffekten im Konsum wie auch bei Urlaubsreisen kommen –, nicht alle werden klimaneutral stattfinden. Auch könnte bei manchen Firmen die Liquiditätsdecke dünn sein, sodass sie Investitionen in klimafreundlichere Technologien lieber hintanstellen.

In welcher Form arbeiten oder leben Sie „grün“? Welche Green Businesses nehmen Sie in Anspruch?

Mein Familienunternehmen, die Dettmer Group, hat eine Sparte, die sich nur mit dem „Green Business“ beschäftigt: Bei den „Grünen Engeln“ ist Abfall ein Wertstoff, der möglichst recycelt und dem Rohstoffkreislauf wieder zugeführt wird – in unseren Betrieben in Bayern, Nordrhein-Westfalen, Berlin, Brandenburg oder im Hamburger Hafen. Wir prüfen immer wieder neue Innovationen, die uns noch grüner werden lassen. Ganz aktuell etwa den Antrieb eines Binnenschiffes mittels Wasserstoff.



Julia Dettmer – Regionalvorsitzende, RK Metropolregion Hamburg



Green Business Statement

von Henning Fehrmann

Wie definieren Sie Green Business? Was fällt für Sie in diesen Bereich?

Green Business ist für mich das Verknüpfen von Ökonomie und Ökologie. Dabei kann es sich um Geschäftsmodelle handeln, die komplett auf dem Schutz der Umwelt, der Schonung von Ressourcen oder der Beseitigung von Umweltverschmutzung basieren. Genauso gut können es aber auch traditionelle Unternehmungen sein, die ihre Prozesskette unter ökologischen Gesichtspunkten optimiert haben. Insbesondere für letztere gilt: Investments in umweltfreundliche Technologien und in Nachhaltigkeit erfordern Geld. Erfolgreiches Wirtschaften ist also für viele Unternehmer die Voraussetzung, um Produktionsprozesse nachhaltiger und umweltverträglicher gestalten zu können. Vor diesem Hintergrund kann die Coronakrise übrigens viele wünschenswerte Maßnahmen verzögern oder verhindern, weil die notwendigen Mittel aufgrund von Umsatzeinbrüchen oder Verlusten nicht zur Verfügung stehen. Wer mehr Green Business möchte, muss zu allererst für Gestaltungsfreiraum sorgen und Unternehmertum ermöglichen und nicht gängeln.

Wie schätzen Sie die Bedeutung von Green Business-Ideen bei der Entwicklung Hamburgs als innovativem Wirtschaftsstandort ein?

Ich glaube, dass Hamburg große Chancen hat, erfolgreiche Green Business-Ideen mit Strahlkraft zu entwickeln. Die Stadt ist digital in Deutschland vorne, und es gibt eine klare Vorstellung der politisch Handelnden für Klimaneutralität. Für marktfähige grüne Geschäftsmodelle, die nicht nur subventioniert werden, braucht es allerdings die Verknüpfung von Technologien, Wissen und Unternehmertum. Was immer wir in Hamburg in Sachen Green Business anpacken wollen, geht nicht ohne Unternehmertum und unternehmerisches Know-how – übrigens ist Hamburg auch hier Spitze. Ich wünsche mir, dass die politischen Entscheidungsträger dieses erkennen und wertschätzen, anstelle auf Einschränkungen und unternehmerisch illusorische Vorstellungen zu setzen.

Welche grünen Zukunftstechnologien sollten vom Hamburger Senat stärker gefördert werden?

Das Fundament des Hamburger Wohlstands ist die Industrie – sagen alle Bürgermeister. Um sie auszubauen, brauchen wir grüne Energieerzeugung und ressourcenschonende Produktionstechnologien. Zentrale Bedeutung spielt hier der industrielle 3D-Druck als digitale, branchenübergreifende Querschnittstechnologie; Hamburg ist in dieser Technologie exzellent aufgestellt und weltweit führend. Umso erstaunlicher ist es, dass die Stadt diese einmalige Chance nicht erkennt, eine ressourcenschonende Schlüsseltechnologie im Norden zu verankern. Auch bei Smart City ist noch mehr drin. Der anstehende ITS World Congress und die Entscheidung zu einem Reallabor für effektive Mobilitätslösungen und intelligente Verkehrsführung haben kurzfristig gepusht, haben aber noch „Luft nach oben“. In Sachen Wasserstoff ist die Metropolregion Hamburg spät aufgesprungen, hat aber immerhin eine Vision und dazu aufgrund seiner geografischen Nähe zur Windkraft exzellente Bedingungen. Ich würde mir wünschen, dass Wasserstoff nicht als Selbstzweck diskutiert wird, sondern als Teil einer Vision und Strategie, die Metropolregion Hamburg zu einem internationalen industriellen Schwergewicht der Zukunft zu entwickeln.

Hamburg will ökologischer und klimafreundlicher werden. Sehen Sie das uneingeschränkt positiv oder birgt dies auch Schattenseiten für Unternehmer?

Wir alle lieben unsere Stadt. Wenn wir eine klimafreundliche Stadt werden wollen, muss diese Diskussion viel größer und breiter stattfinden als bisher. Derzeit beobachte ich parallel zu vielen positiven Entwicklungen auch einen Mix aus Verboten, Vorschriften, gesperrten Straßen und Fahrradwegen, der die Existenz insbesondere kleiner, auf automobiler Mobilität angewiesene Unternehmen bedroht. Schauen Sie sich die Sperrung des Jungfernstiegs und die Reduzierung von Parkflächen an, fährt der aktuelle Senat ein Programm ohne Rücksicht auf die Belange vieler Einzelhändler. Das muss aufhören. Hinzu kommen die Energiepreise – die höchsten in der Welt. Sie bedrohen die internationale Wettbewerbsfähigkeit Hamburger Unternehmen – denn Hamburg ist, wie stadtwweit betont wird, der größte zusammenhängende Industriestandort Deutschlands. Ich erwarte, dass zusammen mit der Strategie, Hamburg klimafreundlicher zu gestalten, ausgearbeitet und definiert wird, wie die wegfallenden Arbeitsplätze durch neue kompensiert werden. Ansonsten werden die Widerstände gegen dieses an sich gute Ziel steigen.

Welche Unterstützung bietet der Verband, wenn sich Mitglieder mit ihren Produkten oder ihrer Produktionsweise grüner ausrichten möchten?

Der Verband lebt von dem ehrlichen Austausch der Mitglieder untereinander. Wir beraten und unterstützen einander gegenseitig bei allen unternehmerischen Themen. Für diesen kostenlosen Wissenstransfer bieten wir Möglichkeiten online und offline. Gleichzeitig engagieren wir uns beim Hamburger Senat dafür, in die Erforschung grüner Schlüsseltechnologien zu investieren, die Vernetzung zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu fördern und für wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen zu sorgen.

Viele halten die Coronakrise für den Anfang einer bewussteren, grüneren Form des Wirtschaftens. Schließen Sie sich dem an?

Nein, ich sehe heute kein grüneres Bewusstsein. Corona hat den Wandel in der Welt beschleunigt und sicherlich auch dazu geführt, dass einige Reisen durch digitale Werkzeuge ersetzt wurden. Doch kämpfen mittlerweile viele Unternehmen um ihre Existenz oder haben hohe Schulden aufgehäuft. Und – um es mit Bertolt Brecht zu sagen: „Erst kommt das Fressen, dann kommt die Moral.“ Wir müssen also alles dafür tun, damit der Mittelstand wieder Geld verdient; nur Gewinne schaffen den Spielraum und die Bereitschaft für Investitionsinstrumenten in Nachhaltigkeitsmaßnahmen.

In welcher Form arbeiten oder leben Sie „grün“? Welche Green Businesses nehmen Sie in Anspruch?

Ich fahre ein Elektroauto, kaufe im Unternehmen grünen Strom, habe schon lange vor Corona auf Arbeit im Home Office gesetzt, ernähre mich gerne regional und saisonal mit Nahrungsmitteln vom Wochenmarkt, verwende Körperpflegeprodukte ohne Mikroplastik und lebe mit meiner Familie bewusst und nachhaltig, ohne dass wir uns verrückt machen lassen. Ich denke, jeder hat selbst einen Kompass für einen bewussten Lebensstil, der zu ihm passt und der Umwelt zugutekommt, und niemand darf sich anmaßen, ihm diesen Kompass vorzugeben.

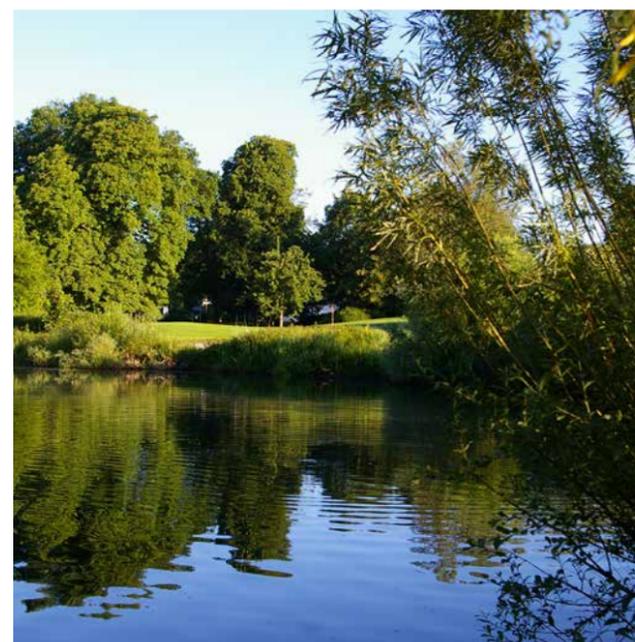


Einlochen und Kirschen pflücken

Naturparadies Golfplatz?

Von Gabriela Friedrich

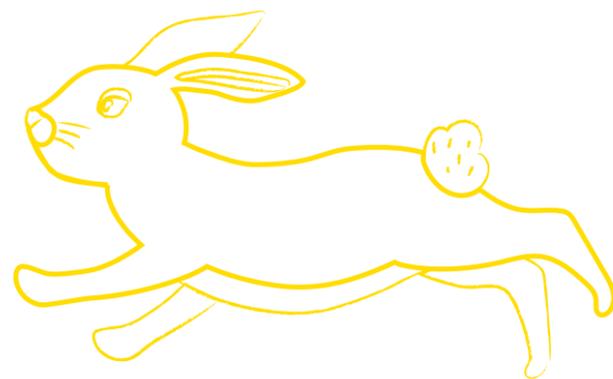
Wie gut vertragen sich Ökologie und Golfen? Warum ist dieser Sport in Corona-Zeiten noch attraktiver? Und was erwartet eine Golfclub-Besitzerin von der Politik? Susanne Rahlfs, Geschäftsführerin der Golfanlage Peiner Hof, hat Gabriela Friedrich von ihrem grünen Berufsalltag erzählt.



„Plötzlich kommen ganz viele Kinder zu uns, die Golf lernen wollten – von sich aus.“ Susanne Rahlfs kann die Veränderungen, die Corona in ihrem Business bewirkt hat, selbst kaum glauben. „Die Kinder haben durch Corona und den Lockdown ein enormes Bedürfnis nach Platz und Natur entwickelt. Deshalb wollen sie zu uns auf den Golfplatz und schleppen ihre Eltern mit“, fährt sie fort. Diese Kinder lassen sich bei ihr wirklich auf die Natur ein – und da gibt es viel zu entdecken und zu erleben. Denn anders als im Ausland, wo es noch viele artifizielle, bis in den letzten Winkel perfekt designte Anlagen gibt, beschäftigen sich deutsche Golfclubs schon seit mehr als 30 Jahren intensiv mit dem Thema Naturschutz. Hierzulande ist man bemüht, Plätze so anzulegen, dass sie Lebensräume für eine möglichst große Artenvielfalt bieten. Das gilt in besonderem Maße für den Peiner Hof bei Pinneberg.

Entschleunigung mit Reh und Hase

Nur 20 km von der Hamburger Innenstadt entfernt, tauchen die kleinen und großen Golfer auf dem Peiner Hof in eine andere Welt ein. Denn zwei Drittel der anspruchsvollen 18-Loch Anlage bestehen aus total naturbelassenen bzw. aus behutsam gepflegten und gestalteten Bereichen, die der regionaltypischen Knicklandschaft nachempfunden sind. Hier gibt es reichlich Schutz- und Ruhezone für Tiere aller Art und eine vielfältige Vegetation. Wer hier spielt, hat schon mal vierbeiniges



Publikum, denn die sechs Golfplatz-Rehe und die Hasenfamilien haben längst ihre Scheu vor dem Menschen verloren und beobachten neugierig, mit wie vielen Schlägen das Einlochen gelingt. In den Randbereichen der Teiche haben sich viele Vögel und Frösche angesiedelt. Und auf der großen Wiese, die von einer Herde schottischer Highlandrinder kurzgehalten wird, fühlen sich Fasane und Kraniche wohl. Hardcore-Idylle, die der Seele gut tut. „Immer mehr Mitglieder kommen am Ende ihrer Runde zu uns ins Büro und berichten glücklich von ihren Natureindrücken“, sagt Susanne Rahlfs und klingt ausgesprochen zufrieden über die Wirkung, die ihre Anlage auf die Menschen ausübt.

„Die Entschleunigung durch Corona hat die Menschen viel offener gemacht, sie entwickeln immer mehr Verständnis für die Natur und dafür, was im Laufe des Jahres mit ihr und mit den Tieren passiert.“

Härtere Regeln als für Kleingärtner

Dies hilft der Golfplatz-Betreiberin, denn nur Golfer mit einem Einblick in die Zyklen der Natur können nachvollziehen, dass ihr Rasen im Winter eben nicht grün ist – anders als viele ausländische Plätze. Und dieser optisch nicht makellose Rasen ist in Pflege und Unterhalt auch noch um ein Vielfaches teurer als seine ausländischen Mitbewerber. Denn für deutsche Golfplätze gelten strenge Auflagen: ausschließlich natürlicher Dünger, keine Fungi- und keine Pestizide. Speziell geschultes Personal beobachtet kontinuierlich das Wachstum und damit die potenziellen Bedürfnisse des Golfrasens, mehrfach jährlich werden Bodenproben entnommen und bis ins Detail ermittelt, welche Mikronährstoffe fehlen und zugefügt werden sollten. Systematische Prophylaxe ist hier die Grundlage des Greenkeepings. „Jeder Gartenbesitzer kann machen und einsetzen was er will, selbst die härtesten chemischen Keulen“, moniert Rahlfs. „Wir dürfen das nicht. Ein bisschen ungerecht ist das schon.“



Diese Ungerechtigkeit beschert dem Golfplatz allerdings auch ein Potpourri unterschiedlichster Heilkräuter. Welche es sind, woran man sie erkennt und wofür sie eingesetzt werden können, will Susanne Rahlfs ab dem Frühling 2021 in ihrem Newsletter vorstellen. Ein neues Projekt, um ihren Mitgliedern die Natur auf dem Golfplatz noch näher zu bringen.

Natur kann auch lecker sein. Viele alte Obstbäume auf dem Platz beschenken den Golfern frische, garantiert biologisch angebaute Früchte. Im Sommer sind es Kirschen, im Herbst Äpfel, die die Mitglieder gerne nach dem Spiel ernten und mit nach Hause nehmen können. Gerade die neu in den Club eingetretenen Kinder und Jugendlichen nutzen dieses Angebot mit großer Begeisterung.

Sport, Natur und Kommunikation

Das mag sich nun anhören, als sei der Peiner Hof Naturschutzgebiet mit einigen Golfplätzen, doch das Gegenteil ist der Fall. Susanne Rahlfs achtet sehr darauf, den speziellen Anforderungen aller Golfer-Typologien gerecht zu werden: Der sportliche Spieler kann auf dem anspruchsvollen Platz trainieren und an Turnieren teilnehmen, der kommunikative Typ Kontakte pflegen und der Wellnessgolfer neue Kräfte tanken und die Ruhe der Anlage genießen. Im Tagesrhythmus des Platzes soll sich jeder wiederfinden.



Am liebsten wäre es der Unternehmerin, würde Golf auch in Deutschland zum Breitensport werden. Ein Sport für Familien und für Familienunternehmer, die auf dem Parcours das Mindset potenzieller neuer Geschäftspartner erforschen, einander besser kennenlernen, Deals aushandeln oder sich

beim Golfstammtisch austauschen können. Studien haben zudem ergeben, dass der Golfplatz einer der besten Orte ist, um neue Ideen zu entwickeln, weshalb Golfen gerade für Geschäftsleute eine rundum nutzenstiftende Beschäftigung ist. Ein attraktiver Ort ist der Golfplatz auch für datende Singles, die dort viel über ihre neue Bekanntschaft erfahren: Wie kompetitiv ist dieser Mensch? Wie geht er mit Fehlern und Niederlagen um? Ist er höflich und rücksichtsvoll? Golf ist eine dieser Sportarten, die Schwächen in kürzester Zeit zutage fördern und so für ein ungeschöntes Bild vom Gegenüber sorgen. Kurz gesagt: Mit dem Golfclub Peiner Hof möchte Susanne Rahlfs breite Bevölkerungsschichten ansprechen und viele unterschiedliche Wünsche erfüllen.

Corona-Freuden und -Tragödien

Dieses Konzept ist auch in 2020 aufgegangen. „Wir haben von Corona total profitiert, unser Golfclub war ausgesprochen erfolgreich“, berichtet Rahlfs. Doch ihre Freude ist nicht ungetrübt, denn ihr Hotel hat im Frühjahr 2020 gebrannt und überlebt nur, weil es wochentags viele Bauarbeiter beherbergt – die Einnahmen durch andere Gäste sind weggebrochen. Doch noch härter hat es ihren Pächter Patrick Diehr, Die KOCHfabrik, getroffen. Sowohl sein Cateringunternehmen als auch sein Restaurant Goldschätzchen und die normalerweise mit 250 Hochzeiten jährlich gut gebuchte Eventscheune sind von den Lockdowns extrem betroffen. Er beschäftigt 60 Leute und hat bisher von den Novemberhilfen gerade einmal 10.000 € erhalten...



Auf die Landesregierung von Schleswig-Holstein ist Susanne Rahlfs gerade nicht gut zu sprechen. „Wir haben sogar schon erwogen, gegen die Regierung zu klagen, weil sie hier Golf verbietet, während der Sport in anderen Bundesländern erlaubt ist.“ Der bisherige Briefwechsel mit der Landesregierung verlief frustrierend. Statt nachvollziehbarer Erklärungen gab es allgemeines Blabla, ganz offenkundig fehlten die Argumente, um das Golfverbot zu rechtfertigen.

Verbote sind ohnehin nach Ansicht der Golfclub-Betreiberin der falsche Weg; sie wünscht sich eher Empfehlungen, die eigenverantwortliches Handeln ermöglichen, eine sichere Versorgung der Risikokandidaten nach Tübinger Vorbild, mehr Informationen über immunstärkende Prophylaxemöglichkeiten und vor allem Planungssicherheit für die Unternehmer. „Wir Unternehmer sind das Rückgrat dieses Landes“, sagt sie zornig, „wir wollen unsere Energie und unser Potenzial auf die Ideenfindung konzentrieren und nicht auf das Abarbeiten von Regularien. Derzeit werden wir denunziert, überwacht und kontrolliert. Statt einer Kultur der Selbstständigkeit und des mutigen Unternehmertums schaffen wir gerade eine Angst erfüllte Gesellschaft, in der jeder am liebsten verbeamtet werden will.“

Was bringt 2021?

Rahlfs hofft, dass der größte Corona-Spuk am 1. April vorbei ist; ihre Mitarbeiterplanung für die Saison läuft bereits. Dabei setzt sie insbesondere auf all die Menschen, die in diesem Jahr ihren Urlaub zu Hause verbringen werden. Vor diesem Hintergrund hofft sie, neue Mitglieder für den Club zu gewinnen. Insgesamt rechnet sie mit einer Saison wie im Jahr 2020, womit ihre Aussichten deutlich rosiger sind als die vieler anderer Unternehmer.

Anzeige



VINTAGE 2010
INSPIRED MASTERY

Dom Pérignon

Bewertung der Corona-Maßnahmen

#ReStart Deutschland

Von Sarna Röser

📷 Anne Grossmann Fotografie

Corona hatte uns auch in den vergangenen Monaten weiter fest im Griff. Aus dem Lockdown light wurde im November wieder ein harter Lockdown. Zahlreiche Unternehmen mussten – trotz ausgefeilter Hygienekonzepte – nochmals zwangsweise schließen. Damit hat die Politik das Engagement der Betriebe für den Infektionsschutz mit Füßen getreten. Gleichzeitig stockt die Auszahlung der Corona-Hilfen seit Monaten und unsere Unternehmer warten noch immer auf eine längerfristige Perspektive. Für den deutschen Mittelstand ist es bereits 5 nach 12!



Zu viele Betriebe befinden sich derzeit unverschuldet in einer existenziellen Krise und deswegen stehen auch viele Arbeitsplätze auf der Kippe. DIE JUNGEN UNTERNEHMER kämpfen in diesen schwierigen Zeiten noch energischer für unsere Unternehmen. Wir fordern von der Politik eine klare regelbasierte Öffnungsstrategie und eine längerfristige Perspektive!

Wir trommeln laut für das Unternehmertum.

Die Soziale Marktwirtschaft ist seit mehr als 70 Jahren die Basis für den Wohlstand in unserem Land. Mit dem System von Ludwig Erhard konnten wir die ökonomischen Folgen des Zweiten Weltkriegs überwinden und zu einer der erfolgreichsten Industrienationen Europas aufsteigen. Fortschritt und Innovation wurden noch nie in Amtsstuben geboren – mutige Unternehmer bringen unser Land seit Jahrzehnten voran. Anstatt eigene Unternehmen an den Markt zu bringen, träumen viele junge Leute heute von einer ‚sicheren‘ Karriere beim Staat. Deswegen müssen wir wieder mehr Menschen für das Unternehmertum begeistern. Locken wir die zaudernden Bedenkensträger aus ihrer Komfort-Zone! Es wird Zeit für eine neue Gründerzeit und einen #ReStart für den mündigen Bürger. Die Soziale Marktwirtschaft bietet uns dafür auch in Zukunft die besten Bedingungen – deswegen haben wir im Februar ein Zeichen gesetzt und am 124. Geburtstag von Ludwig Erhard an sein Vermächtnis erinnert.

Die Corona-Hilfen sind zu bürokratisch und kommen nicht (rechtzeitig) an.

Vollmundig hat Bundesfinanzminister Olaf Scholz schnelle und vor allem unbürokratische Hilfen für die vom Lockdown betroffenen Unternehmen versprochen. Doch aus der angekündigten ‚Bazooka‘ ist nur eine Wasserpistole geworden. Einige Betriebe warten heute noch immer auf die November (!) Gelder. Gleichzeitig wurden die Bedingungen für die Corona-Hilfen geändert und zahlreiche Unternehmen sind nun nicht einmal mehr antragsberechtigt. Plötzlich wurde u.a. das System in Richtung auf nunmehr den Ausgleich von Umsatzausfällen geändert und die unbürokratische Abwicklung über die Finanzämter grundlos abgelehnt. Wir finden es erschreckend, dass sich das Bundeswirtschafts- und Finanzministerium wochenlang auf Kosten der Unternehmen nicht einigen konnte.

Deswegen haben DIE JUNGEN UNTERNEHMER zwei Mahnbrieife – ‚Mission Failed‘ – an Olaf Scholz versendet und ihn aufgefordert, seine versprochene Bazooka endlich nicht mehr zu blockieren.

Wir Unternehmer brauchen jetzt eine längerfristige Perspektive!

Die Corona-Pandemie begleitet uns inzwischen schon knapp ein Jahr. Dennoch bleibt uns die Bundesregierung weiterhin eine längerfristige Perspektive schuldig. Unsere Unternehmen brauchen jetzt eine verlässliche Orientierung und objektive Kriterien, bei welchen die Einschränkungen der Grundfreiheiten stufenweise wieder aufgehoben werden. Willkür und wöchentlich ändernde Meinungen über die Inzidenzwerte



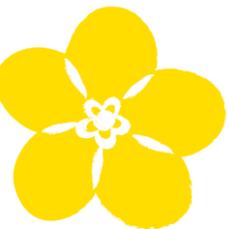
sind Gift für die Wirtschaft. Mitte Februar sind DIE JUNGEN UNTERNEHMER im Zuge des Wirtschaftsgipfels von Peter Altmaier für eine klare Öffnungsstrategie vor das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gezogen. Unser Protest hat ein sehr breites mediales Echo gefunden, in der tagesschau, auf phoenix und den heute nachrichten waren wir der Aufhänger und wir haben sehr viel Unterstützung für unsere Forderungen erfahren. Wir machen auch weiterhin Druck auf die Politik und kämpfen für unsere Unternehmer!

Es ist Zeit für einen #ReStart Deutschland

Die Corona-Pandemie bietet uns die historische Chance, eingefahrene Strukturen zu hinterfragen und neue Lösungen auszuprobieren. Wir dürfen uns nicht länger von Bedenkensträgern ausbremsen lassen und müssen die Zukunftsthemen jetzt mutig anpacken: Digitalisierung, Generationengerechtigkeit, Umweltschutz, Wachstumspolitik und die Reaktivierung des mündigen Bürgers. Derzeit arbeiten unsere Mitglieder an einem Wahlprogramm für einen #ReStart Deutschland. Denn: Mutige Entscheidungen braucht das Land ... nur so können wir die aktuellen Hürden meistern.

Anzeige





„Keiner frisst Vergissmeinnicht“

Nöte, Trends und Freuden in der Friedhofsgärtnerei

Von Gabriela Friedrich



389 Hektar Grün – der Friedhof Ohlsdorf ist der größte Parkfriedhof der Welt und Arbeitsplatz von Thorsten Grobe. Seit 1993 führt er die Böckenholt Friedhofsgärtnerei, ein 1892 gegründetes Familienunternehmen. Gabriela Friedrich hat ihn besucht und mit ihm über Herausforderungen durch den Klimawandel, Trends in der Beerdigungskultur und den Einfluss von Corona auf die Branche gesprochen.

„Mittlerweile pflanze ich ganz viel Vergissmeinnicht“, erklärt mir der große, schlanke 59-Jährige, „denn wenn die Rehe im Frühjahr auf den Friedhof kommen, fressen sie ansonsten alles ab. An den Stiefmütterchen machen sich die Wühlmäuse zu schaffen und beißen die Blüten ab, um ihren Bau damit zu polstern. Nur Vergissmeinnicht rührt kein Tier an.“ Auch gegen Nacktschnecken und den Buchsbaumzünsler muss Grobe seine liebevoll angelegten Grabstätten tagtäglich verteidigen. Doch was wie kleine Gärtnernöte klingt, sind Indikatoren für ein sehr viel größeres Problem: den Klimawandel. Für Thorsten Grobe und seine Kollegen kein neues Thema. „Es fing vor vielen Jahren mit den braunen Nacktschnecken an, die gab es hier früher nämlich nicht. Sie wur-

den eingeschleppt und konnten nur aufgrund der veränderten klimatischen Verhältnisse in Hamburg heimisch werden. Auch mit Buchsbaumpilz hatten wir früher keine Probleme.“ Mittlerweile haben diese Schädlinge das Bild der deutschen Friedhöfe nachhaltig verändert. Buchsbaumhecken als Grabeinfassung sind weitgehend verschwunden. Und auch bei der Blumenbepflanzung greift man zu anderen Arten, denn die letzten Jahre waren heiß und extrem trocken. Schon experimentieren Gartenbauversuchsanstalten, welche Pflanzen die höchste Trockenheitsverträglichkeit zeigen. Sukkulente auf dem Grab? Soweit möchte Thorsten Grobe noch nicht gehen, doch seine Aufgaben haben sich durch den Klimawandel bereits deutlich verändert:

„2006 war der erste trockene Sommer, da fingen wir an, auch das Gießen anzubieten. Mittlerweile tun wir im Sommer fast nichts anderes mehr als zu gießen.“

„Den Menschen Freude zu schenken, ist meine Berufung.“

Doch nicht gießen und pflanzen steht im Mittelpunkt von Grobes Arbeit, sondern der Mensch. Manche Kunden kommen nach dem Ableben ihrer Angehörigen in Tränen aufgelöst zu ihm, andere eher gefasst. Und immer ist es für den Friedhofsgärtner die erste Aufgabe, den Trauernden zu helfen und ihnen wieder Lebensmut zu geben. Mit seiner empathischen Beratung, wie sich das Grab so gestalten lässt, dass es dem Wesen des Verstorbenen gerecht wird, die Liebe der Angehörigen zum Ausdruck bringt und gleichzeitig den Standortbedingungen und dem Budget entspricht, erreicht er seine Kunden. „Man spürt die Erleichterung und Freude, und am Ende lächeln sie“, schildert er die Gespräche, wenn es um das Anlegen neuer Grabplätze geht. Ähnlich einfühlsam gestaltet er die regelmäßige Pflege von Bestandsgräbern und verschickt zusammen mit den Rechnungen auch immer wieder mal Fotos der schön bepflanzten Anlage. Ein Seelentrost für viele Angehörige, die aufgrund von Entfernung oder Alter nicht selbst in der Lage sind, sich um den Ruheplatz zu kümmern.

Seit 43 Jahren ist Thorsten Grobe nun schon Friedhofsgärtner aus Leidenschaft. Seit 1998 engagiert er sich im Vorstand der Friedhofsgärtner-Genossenschaft Hamburg und im Aufsichtsrat der Treuhandstelle für Dauergrab-



Unternehmen:
Böckenholt Friedhofsgärtnerei GmbH

Schwerpunkt:
Die Friedhofsgärtnerei bietet sämtliche gärtnerischen Dienstleistungen wie Neuanlage, Erstbepflanzung oder Umgestaltung von Gräbern, regelmäßige Pflege und saisonale Bepflanzung, aber auch die Großanlagenpflege. Beispielsweise betreut Böckenholt seit Jahren das Ehrenfeld der Geschwister-Scholl-Stiftung und die Diakonissengräber der Elim-Diakonie Hamburg. Bei der Auswahl der richtigen Pflanzen legt man bei der Gärtnerei besonderen Wert auf Haltbarkeit, zeitgemäße, auf die Standortbedingungen abgestimmte Blumen und Gräser und natürlich auf persönliche Vorlieben und das Budget des Kunden.

Gründungsjahr:
1892
Unternehmenssitz:
Alsterdorfer Straße 540,
22337 Hamburg-Ohlsdorf

Mitarbeiterzahl:
3 Vollzeit, 2 Auszubildende

www.friedhofsgaertnerboeckenholt.de

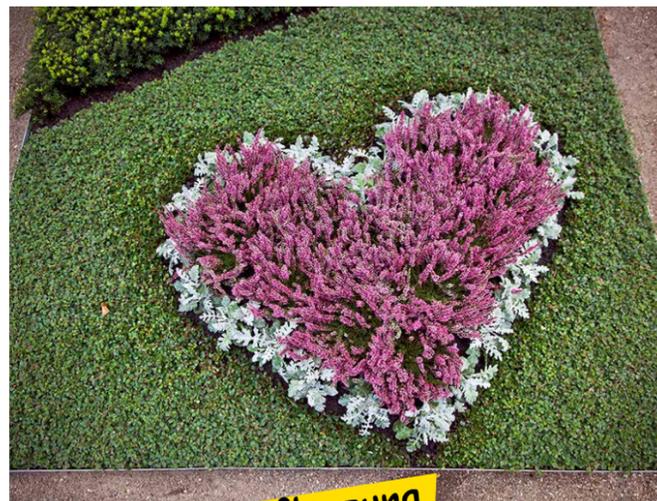
pflege der Hamburger Friedhofsgärtner. Und seit sechs Jahren hat er den Vorstandsvorsitz in beiden Organisationen inne. Dabei hatte er ursprünglich ganz andere Pläne für seine berufliche Laufbahn, wollte zur Bundesbahn. Doch bei der herrschte 1978 Einstellungsstopp. Also besorgte ihm seine Mutter hinter seinem Rücken eine Lehrstelle und verkündete dem damals 16-Jährigen: „Ich hab’ da was für dich. Auf dem Friedhof.“ Nach dem ersten Schock – mit so einem Arbeitsplatz konnte man bei den Kumpels schließlich nicht cool wirken – entpuppte sich das Ganze als Glücksfall. Sein



Chef Karl Böckenholt wurde sein Mentor und baute ihn über die Jahre zu seinem Nachfolger auf. Denn Böckenholts Kinder wollten das Unternehmen, das damals in dritter Generation im Familienbesitz war, nicht übernehmen. So wurde Grobe der Nachfolger. Mittlerweile muss Thorsten Grobe sich selbst mit dem Thema Nachfolgeregelung beschäftigen und plant, denselben Weg zu gehen wie sein Ex-Chef. In seinem Unternehmen gibt es eine akademisch vorgebildete Auszubildende, die er in den kommenden Jahren zur Geschäftsführerin entwickeln möchte. Was diese allerdings noch nicht weiß. Bis jetzt, falls sie diesen Artikel liest.

„Themen-Gemeinschaftsgrabanlagen sind der neue Trend.“

In den Jahrzehnten seiner Berufstätigkeit hat Thorsten Grobe erlebt, wie sich die Begräbnistrends und damit auch die Hamburger Friedhöfe verändert haben. Anfang der achtziger Jahre endete die Vorliebe für die Erdbestattung mit individuellem Grabplatz, Urnenbeisetzungen nahmen stetig zu, anonyme Gräber waren gefragt – auch aus Kostengründen. Mittlerweile legt man wieder Wert auf eine namentlich gekennzeichnete Ruhestätte, doch befindet sich die jetzt bevorzugt in einer hochwertigen Gemeinschaftsgrabanlage. Themen- und Erinnerungsgärten sind seit fünf bis zehn Jahren der Trend. Geld spielt dabei keine wesentliche Rolle, Premiumanlagen



Mit Grabbepflanzung
Liebe zeigen

sind begehrt. Heute kann man bei den thematisch gegliederten Erinnerungsgärten wählen zwischen einem Bauerngarten mit Apfelbaum, einem Küstengarten mit Leuchtturm, einem Schmetterlingsgarten mit Schmetterlingsflieder und kleinen Schmetterlingen auf den Steinen, einem Garten der Lichter mit Gedenkerzen und anderen. Der erste Erinnerungsgarten wurde auf dem Altonaer Friedhof angelegt und erfreut sich bereits großer Beliebtheit. Mittlerweile gibt es auch auf dem Friedhof Ohlsdorf derartige Anlagen, weitere sind im Hamburger Stadtgebiet geplant.

Hamburger Senioren kümmern sich gerne rechtzeitig darum, wo sie einmal ruhen werden.

„Mit den Themengärten können sie sich ein Umfeld wählen, dass ihre persönlichen Interessen oder Werte widerspiegelt und ihre Kinder von der Pflicht jeglicher Grabpflege befreit“, erläutert Grobe.

Etwas fällt auf dem Friedhof Ohlsdorf auf: Immer mehr Einzelgräber verschwinden, die Flächen werden renaturiert. „Früher wurde die Nutzungsdauer von 90 Prozent der Grabstätten nach Ablauf der ersten 25 Jahre verlängert, heute geschieht das nur noch bei 10 Prozent“, begründet der Gärtner die vielen Überhangflächen, „man will sich nicht mehr mit der Grabpflege belasten.“



Corona? Weder Auftragsflut noch Krise bei den Friedhofsgärtnern

Verfolgt man die Medien, könnte man meinen, Corona beschere den Friedhofsgärtnern eine Menge neue Kunden. Doch dem ist nicht so, Thorsten Grobe und seine Kollegen haben nur unwesentlich mehr zu tun als sonst. Primär bedeutet Corona für sie Änderungen in der Organisation, beispielsweise müssen die Mitarbeiter in den kleinen Fahrzeugen Masken tragen und dürfen nicht mehr zu zweit darin frühstücken. Finanziell wirkt sich die Coronakrise nur bei den Betrieben mit Blumenladen und den Anbietern von Trauer- bzw. Eventfloristik aus. Sie verzeichnen Umsatzeinbrüche. Grundsätzlich sind die 40 Friedhofsgärtnereien der Friedhofsgärtner-Genossenschaft in Hamburg aber finanziell solide, was auch daran liegt, dass sie ihre Jahresrechnungen im Voraus stellen. Bei der großen Menge vieler Kleinstrechnungen, aus denen sich der Gesamtumsatz zusammensetzt, fällt auch der ein oder andere Zahlungsausfall nicht so sehr ins Gewicht.

„Wir haben jetzt das erste Mal einen Friedhof.“

Über ein heißes Thema müssen wir noch sprechen: die Schranke bei Kapelle 9. Der Unternehmer hat sich für die Durchfahrtsbeschränkung auf dem Friedhof Ohlsdorf stark gemacht. „Das 17 Kilometer lange Straßennetz hat sich im Laufe der Zeit zu einer Autobahn entwickelt, wo rücksichtslos gefahren wird, teilweise 70-80 km/h schnell, im Kreisverkehr entgegen der Fahrtrichtung, weil es kürzer ist, und ohne Rücksicht auf Verluste auch mitten durch Beerdigungszüge.“ Jetzt ist es vorbei mit dem Durchgangsverkehr, die Toten haben ihre Ruhe und Thorsten Grobe kann nach Feierabend seine Lieblingsplätze auf dem Friedhof wie das Präckelmoor oder den Südtteich ohne Autolärm genießen und die Ohlsdorfer Uhus beobachten.



Anzeige



Konditionsrechner
starten



hypo 
hamburg.de[®]
Immobilien günstiger finanzieren

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



Der European Green Deal

Chance für die Wirtschaft in Hamburg

Von Almut Möller



„Der europäische Grüne Deal ist unsere neue Wachstumsstrategie. Er wird es uns ermöglichen, die Emissionen zu senken und gleichzeitig Arbeitsplätze zu schaffen.“ Mit diesen Worten präsentierte Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen am 11. Dezember 2019, nur wenige Tage nach ihrem Amtsantritt, die neue europäische Wachstumsstrategie, den „European Green Deal“.

Im Verständnis der Kommission handelt es sich dabei um sehr viel mehr als eine kurzfristige politische Agenda. Der „Green Deal“ ist eine langfristig angelegte Strategie, die die Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft in den Mitgliedsstaaten der EU hin zur Klimaneutralität unterstützen soll. Der „Green Deal“ bildet das Kernstück des politischen Handels der Europäischen Union für die nächsten Jahre. Die Kommission verfolgt dabei konsequent den Ansatz, das Ziel der Klimaneutralität in eine Wachstumsstrategie einzubetten. Mit dem Green Deal entstehen damit zahlreiche neue Chancen für die Wirtschaft.



Staatsrätin Almut Möller über Wachstum durch grüne Innovationen

Das Europäische Klimagesetz ist eines der Kernelemente des „Green Deal“. Es wird derzeit auf europäischer Ebene abgestimmt und sieht unter anderem bis 2030 die Reduzierung der Treibhausgasemissionen um netto mindestens 55% im Vergleich zu 1990 vor. Das Gesetz setzt auf eine effiziente Ressourcennutzung und auf den Übergang von einer linearen zu einer kreislauforientierten Wirtschaft. Mit dem Gesetz wird der Weg zu neuen, sauberen Formen des Wirtschaftens aufgezeigt. Hamburg setzt beim Klimaschutz auf den Wandel durch Innovation. Ohne neue Technologien können wir die formulierten Klimaziele, die auch Hamburg in sein eigenes Klimaschutzgesetz aufgenommen hat, nicht erreichen. Und hier liegen auch die Chancen des Green Deals für Hamburg:

Umweltfreundliche Technologien und Produktionsweisen müssen entwickelt und umgesetzt werden. Dadurch entstehen Innovation sowie neue Arbeitsplätze, und es wird Wachstum generiert.

Unsere Metropolregion hat diesen Weg bereits eingeschlagen. Ein konkretes Beispiel ist die im August 2019 eingeweihte Power-to-Stream-Anlage von Aurubis. Sie wandelt den im Netz überschüssigen Strom, der bereits durch Erneuerbare Energien erzeugt wurde, in Wasserdampf um. Dieser wiederum kann zur Trocknung von Kupferkonzentraten eingesetzt werden und ersetzt damit einen Teil des Dampfes, der durch fossile Brennstoffe erzeugt werden muss.

Auch im Hafen setzt Hamburg auf Innovation. Der Ausbau der Landstromversorgung, der von der EU gefördert wurde, ist ein Beispiel dafür. Diese innovativen Vorzeigeprojekte brauchen aber finanzielle Unterstützung. Damit der Wandel gelingt, hat sich die Europäische Union im Rahmen des Mehrjährigen Finanzrahmens darauf verständigt, dass durch den „Fonds für den gerechten Übergang“ rund 17,5 Mrd. Euro für die am stärksten vom Wandel betroffenen Regionen Europas zur Verfügung gestellt werden. Deutschland wird aus diesem Fonds rund 2,3 Mrd. Euro erhalten. Der Hamburger Senat setzt sich dafür ein, dass davon nicht nur die traditionellen Kohleregionen profitieren, sondern auch die Zentren der Grundstoffindustrie, wie beispielsweise Hamburg. Denn gerade für diese Betriebe ist die Beachtung ökologischer Vorgaben häufig mit aufwendigen Umstellungen ihrer Produktionsprozesse verbunden.



Als eine der ersten Städte in Deutschland hat sich die Hansestadt am Programm „Horizont 2020“ beteiligt und im Jahr 2016 die Bewilligung eines Forschungsprojektes im Bereich Kreislaufwirtschaft erhalten.

Die Covid-19 Pandemie hat den „European Green Deal“ nicht von der Tagesordnung verdrängt. Die Kommission stellte bereits zu Beginn der Krise klar, dass die Milliardensummen, die im Rahmen des Aufbauplans zur Rettung der europäischen Gesellschaft und Wirtschaft investiert werden, im Sinne des Green Deals ausgegeben werden sollen. Das Kernstück des 1,8 Billionen Euro schweren EU-Konjunkturpakets ist die so genannte „Aufbau- und Resilienzfazilität“ mit Darlehen und Zuschüssen im Umfang von rund 672,5 Mrd. Euro. Mit dieser sollen Wirtschaft und Gesellschaft nachhaltiger und krisenfester gestaltet werden. Deutschland wird hier etwa 25,6 Mrd. Euro erhalten, von denen je 40 Prozent der Mittel für Klimazwecke und für die Digitalisierung vorgesehen sind. Und auch die bereits bekannten europäischen Förderinstrumente werden für die ökologische und ökonomische Transformation eingesetzt. Durch diese langfristige Ausrichtung schafft der „Green Deal“ die notwendige Sicherheit für wichtige Investitionsentscheidungen. Hamburg hat bereits Erfahrung im Bereich der EU-Fördermittel gesammelt. Bereits in der vergangenen Förderperiode von 2013 bis 2020 hat die Kommission erstmals die Bewerbung von Städten im Bereich des Forschungs- und Innovationsförderungsprogramms zugelassen. Diese Chance hat Hamburg sofort ergriffen:

Gemeinsam mit Lissabon, Genua und Kopenhagen werden seither Strategien zur Abfallvermeidung und Förderung der Kreislaufwirtschaft erprobt. Einige Monate später bewarb sich Hamburg zusammen mit Helsinki und Nantes erfolgreich für das Leuchtturmprojekt im Bereich der Digitalisierung, „mysmartlife“. Durch diese Projekte lernt Hamburg von anderen Städten, gibt seine Erfahrung weiter und führt gemeinsam mit Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft Projekte in den verschiedensten Bereichen durch: von urbaner Mobilität über nachhaltiges Bauen bis hin zur Kreislaufwirtschaft. Durch die frühzeitige Projektbeteiligung konnte sich die Stadt eine Expertise aufbauen, die ihr jetzt – bei der Bewerbung für neue Förderprojekte – zugutekommt. Für Hamburg ist es wichtig, die in den europäischen Projekten gewonnenen praktischen Erfahrungen auch auf die politische Ebene zu bringen. Unsere Stadt war 2011 Europäische Umwelthauptstadt und engagiert sich heute in den verschiedensten internationalen Städte-Netzwerken, wie dem Konvent der Bürgermeisterinnen und Bürgermeister für Klima und Energie oder den Eurocities. In diesen Gremien setzt sich Hamburg dafür ein, dass die Interessen der Städte in die Politik der EU-Kommission einbezogen werden. Besonders bei den anstehenden Herausforderungen des Klimaschutzes ist dies wichtig. Denn wenn Europa seine Klimaziele erreichen möchte, braucht es die Städte, da gerade hier der Energiebedarf sehr hoch ist und auch bei neuen Formen des Wirtschaftens hoch bleiben wird. Bei der diesjährigen digitalen Matthiae-Mahlzeit betonte Hamburgs Erster Bürgermeister Peter Tschentscher daher die Rolle der Metropolen als Schrittmacher des Klimaschutzes in Europa. Sie bringen ihre wirtschaftliche Stärke und ihre Innovationskraft ein, um die CO²-Emissionen nachhaltig zu senken. Diesen Weg wird Hamburg auch in Zukunft weiter beschreiten und sich gemeinsam mit anderen Städten dafür einsetzen, dass die Klimawende in Europa gelingt.



Consulting mit 8 Mitarbeitern im Loft überm Kanal.
Aussichten: Fragen Sie einen Consultant.

Wäscherei mit 150 Mitarbeitern in gemieteter Immobilie.
Aussichten: Flauschig!

Logistikunternehmen mit 211 Mitarbeitern in der Innenstadt.
Aussichten: Was wiegt ein Datenpaket?

Immobilienverwaltung mit 32 Mitarbeitern in eigener Immobilie.
Aussichten: Irgendein Wasserhahn tropft immer.

Galerie mit einer Mitarbeiterin im Hinterraum im Gängeviertel.
Aussichten: Chinesischer Sammler kommt morgen ...

Noch unbestimmtes Gewerbe mit zweieinhalb Mitarbeitern und einer Katze in einer geliehenen Garage.
Aussichten: Glänzend!

Jede Unternehmung birgt Risiken und Chancen.
Widmen Sie sich den Chancen und lassen Sie die Risiken bei uns.



Mit nachhaltiger Unternehmenskultur zum Wachstum

Von Dr. Jenny Hillermann & Dr. Jill A. Küberling-Jost

Nachhaltigkeits- und Klimarichtlinien werden für Unternehmen zunehmend strenger und kostspieliger. Beispiele sind das Lieferkettengesetz für mehr Transparenz zu menschenrechtlichen und umweltbezogenen Sorgfaltspflichten und die CO₂-Steuer mit Kosten von 25€ pro Tonne in 2021 bis 55€ pro Tonne in 2025. Trotz dieser regulatorischen Verpflichtungen fehlt weiterhin mehr als 70% der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Deutschland tatsächlich gelebte Nachhaltigkeit sowie umfassendes Klima-Engagement ihrer Arbeitgeber (Studie von Instantoffices, 2020). Unternehmen stehen somit vor der großen Herausforderung, den regulatorischen als auch gesellschaftlichen Anforderungen gerecht zu werden und Nachhaltigkeitsrisiken proaktiv zu managen. Andernfalls birgt unzureichendes nachhaltiges Verhalten für Unternehmen die große Gefahr, schwerwiegende Reputationsschäden sowohl gegenüber Arbeitnehmern als auch Konsumenten zu erleiden und somit erhebliche Marktanteile einzubüßen. Um die verbreiteten Wissens- und Kapazitätsengpässe zur Implementierung nachhaltiger Ansätze zu schließen und klimafreundliches Wachstum zu erzielen, stellen wir drei wertvolle Impulse vor.



Dr. Jenny Hillermann

1. Impuls: Gelebte Nachhaltigkeit auf allen Unternehmensebenen

Gründe für unzureichende Nachhaltigkeitsansätze können u.a. in der Umsetzung der Unternehmenswerte liegen. Den Angestellten fehlt häufig die Identifikation mit den Unternehmenswerten und somit auch das Leben dieser im alltäglichen Handeln. Die Entwicklung der Werte und Nachhaltigkeitsziele werden häufig als Top-Down-Ansatz umgesetzt. Somit fühlt sich die Belegschaft oftmals nicht eingebunden oder ausreichend im Entwicklungsprozess berücksichtigt. Dies kann die Umsetzung der vorgeschriebenen Werte erschweren und gleichzeitig zu einer fehlenden Anerkennung aus Sicht der bestehenden Mitarbeiter führen. Insbesondere leistungsstarke Teammitglieder empfinden häufig nicht genügend entgegengebrachte Wertschätzung. Dies wiederum kann in hohen Fluktuationsraten und damit einhergehenden Kosten resultieren (z.B. Cost-to-hire). Machen Sie Ihre Unternehmenswerte und Ihr Verständnis von Nachhaltigkeit auf allen Unternehmensebenen und -bereichen sichtbar, um Ihre Crew zu motivieren, zu binden und langfristig zu halten.

2. Impuls: Intrinsische Arbeitskräfte nutzen

Mitarbeiter sind der Schlüsselfaktor, um Klimaneutralität in Unternehmen zu erzielen und tragen somit erheblich als Hebel zum langfristigen Unternehmenserfolg durch klimafreundliches Wachstum bei. Personalabteilungen sollten deshalb zunächst eine klimafreundliche Unternehmenskultur schaffen und zu nachhaltiger Veränderung anregen, sodass sich „grüne“ Projekte und Routinen zur Initiierung von klimaneutralem Verhalten in Unternehmen entwickeln können. Als Teil der Unternehmenskultur schafft ein klimabezogener Kernwert intern Vertrauen und als Unternehmen extern Resonanz, die Arbeitskräfte intrinsisch motiviert, einbindet und sie dadurch als Menschen in den Fokus nimmt. Fazit: Binden Sie Ihr Personal, fragen Sie nach den Anforderungen, wie sie Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz umsetzen wollen und bringen Sie Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf diese Weise zusätzlich Wertschätzung entgegen.



Dr. Jill A. Küberling-Jost

3. Impuls: Gemeinsam klimafreundliches Wachstum schaffen

Unternehmen können gemeinsam mit ihren Arbeitnehmern eine Kultur schaffen, die es ermöglicht, nachhaltige Werte zu entfalten und umzusetzen – ohne Kompromisse. Dabei geht es um die Idee, Eigenverantwortung für Nachhaltigkeit in Gang zu setzen, den Klimaschutz als Kernwert zu verankern und zu beeinflussen. Das Ziel ist, individuelle und unternehmerische Interessen zu verbinden, um gemeinsam einen Netto-Null-CO₂-Fußabdruck zu erreichen. Wie? Durch eine Veränderung der Denkweise, die für Nachhaltigkeit geschaffen wird und dabei auf die intrinsische Motivation jedes Einzelnen setzt. Denn ist man von innen heraus motiviert und gestärkt, setzt man sich mit Freude für eine Sache ein, ist überzeugt das Ziel zu verfolgen und auch andere miteinzubeziehen. Unternehmen werden somit im Kern von innen heraus gestärkt und leisten einen erheblichen Beitrag zum Klimaschutz. Grünes Wirtschaften stärkt zusätzlich den Wettbewerbsvorteil und beeinflusst das Kaufverhalten der Kundschaft positiv. Es setzt personelle Ressourcen frei und trägt zum finanziellen Gewinn bei, insbesondere durch die Reduzierung der CO₂-Kosten. Etablieren Sie klimafreundliches Denken und Handeln, indem Sie Eigenverantwortung bei Ihrer Belegschaft schaffen.

Unternehmen:
Antheas.

Schwerpunkt:
Dr. Jill A. Küberling-Jost & Dr. Jenny Hillermann:
Wir bieten die eLearning-Umgebung für Nachhaltigkeit und Klimatransformation mit interaktiven Online-Kursen für Ihr Unternehmen an, um Ihre Mitarbeiter auf Ihrer Klimareise mitzunehmen. Mit Antheas, brechen wir institutionalisierte Prozesse und gesetzte Rahmenbedingungen auf, indem wir nachhaltiges Denken und Handeln auf allen Unternehmensebenen initiieren und langfristig verändern. Gleichmaßen möchten wir Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ermutigen, ihre intrinsische Motivation so einzusetzen, dass sie gemeinsam den größten Wert für Ihr Unternehmen und die Gesellschaft insgesamt erzielen.

Unternehmenssitz:
Hamburg

www.antheas.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



ES IST ZEIT FÜR EINEN #RESTART DEUTSCHLAND!

Es gilt jetzt eingefahrene Strukturen zu hinterfragen und neue Lösungen anzugehen. Wir dürfen uns nicht länger von Bedenkenträgern ausbremsen lassen und müssen Herausforderungen wie Digitalisierung und Klimawandel jetzt mutig anpacken, um eine generationsgerechtes und wachstumsorientiertes Deutschland zu verwirklichen. Dabei sollte gelten: Freiheit und Eigenverantwortung vor staatlichem Paternalismus und Nanny-Mentalität.

Mutige Entscheidungen braucht das Land ... nur so können wir die aktuellen Hürden meistern.
Bringt Euch ein!

#ReStart

Unsere Vision für ein Deutschland der Zukunft!

Unser Deutschland der Zukunft ist...

// DIGITAL UND INNOVATIV

// GENERATIONENGERECHT

// KLIMA- UND UMWELTBEWUSST

// MÜNDIG UND WELTOFFEN

// WACHSTUMSORIENTIERT

www.junge-unternehmer.eu/restart





Es muss sich etwas ändern.

Nachhaltige Geschäftsmodelle – das neue Normal

Von Tanja Ferkau

"Purpose",
ein Vorteil im
"war-of-talent".



Globale Krisen wie die momentane produzieren erhöhten normativen Orientierungsbedarf. Doch woran sich orientieren, wenn nichts ist, wie bisher und gelernte Geschäfts- und Verhaltensmodelle nicht mehr funktionieren? Wie lässt sich Social Innovation mit unternehmerischem Denken und wirtschaftlichem Erfolg verknüpfen?

Wir stehen vor enormen Herausforderungen und die Zeit, Lösungen zu finden und diese umzusetzen, ist knapp. Kipppunkte rücken immer näher – „weiter so“ ist keine Option. Ein zentraler Hebel für systemische Veränderung liegt in der Kraft der Wirtschaft. An vielen Stellen wird ökonomische Rendite noch nicht gleichberechtigt neben ökologische und soziokulturelle gestellt. Aber immer mehr wird klar: nur eine Gesellschaft, die eine

Balance zwischen ökonomischer, ökologischer und soziokultureller Rendite findet, ist zukunftstauglich. Auf dem Rücken nachfolgender Generationen Raubbau an Ressourcen – egal ob finanziellen, personellen oder ökologischen – zu betreiben, erscheint 2021 nicht mehr smart und shareholder-value-orientiert, sondern old school und verantwortungslos.

Die Welt braucht Unternehmer, die Nachhaltigkeit nicht als Feigenblatt benutzen, sondern sie aktiv in allen Säulen unternehmerischen Handelns vorantreiben. Hier geht es nicht um Verzicht oder Stagnation, sondern um neue ökonomische Denkweisen. Denkweisen, die nicht mehr ausschließlich monetäre Gewinnmaximierung in den Mittelpunkt stellen, sondern ökonomische Nachhaltigkeit als Zusammenspiel ökonomischer, ökologischer und gesellschaftlicher Nachhaltigkeit in allen Facetten unternehmerischen Handelns definieren.

Die steigende Zahl an Gründungen von Social Businesses oder Green Businesses zeigt, dass an vielen Stellen längst ein Umdenken begonnen hat. Die Talente von heute und morgen möchten nicht länger mit dem alleinigen Fokus darauf Geld zu verdienen arbeiten, Karriere machen oder Statussymbole anhäufen. Sie möchten in ihrer Arbeit Sinn finden, zukunftsorientiert und verantwortungsvoll handeln. Im „war-of-talent“ sind Unternehmen, die „purpose“ vorweisen können, klar im Vorteil bei Stimmung, Engagement und Produktivität ihrer Belegschaft. Purpose ist seit einigen

**Nachhaltige Geschäftsmodelle
– in 5 Jahren schon normal.**

Jahren Lieblingsthema des Employer Branding. Nur, wie kann man ein Selbstverständnis entwickeln, das als Kern positive gesellschaftliche Wirkung hat und trotzdem die Arbeitsplätze sichert? In dem man erkennt, dass es ohne Nachhaltigkeit keine Zukunft gibt und kurzfristige Gewinnmaximierung ohne Blick ins nächste Jahrzehnt ein ökonomisch-gesellschaftliches Auslaufmodell ist.

Nachhaltiges unternehmerisches Handeln und Wirken ist wesentlicher Teil des neuen Renditemodells.

Nicht umsonst haben die jetzt 20-Jährigen mit FridaysForFuture über alle Gesellschaftsschichten und Generationen hinweg eine der größten globalen Initiativen ins Rollen bringen können. Ohne das Momentum in der Gesellschaft wäre dies nicht möglich gewesen. Und durch Covid-19 wurde auf dieses Momentum, alle Denkmodelle, Geschäftsprozesse und Handlungsweisen zu drehen und eine neue Ausrichtung zu geben, ein potenzierender Blick gelegt. In fünf Jahren werden nachhaltige Geschäftsmodelle das neue Normal sein, eher Hygienefaktor als Differenzierungsmerkmal.



Unternehmen:
IMPCT GmbH

Schwerpunkt:
Die von Tanja Ferkau 2017 gegründete gemeinnützige IMPCT GmbH ist Accelerator und Changemaker: Eine Plattform für systemische gesellschaftliche Veränderung und soziale Innovationen. IMPCT berät Wirtschaft, Stiftungen und Politik auf der einen Seite, unterstützt und fördert Social Businesses und NGOs auf der anderen. IMPCT bringt Stakeholder zusammen, die nicht länger Teil des Problems, sondern Teil der Lösung sein wollen – für eine Gesellschaft, die ökonomisch, ökologisch und soziokulturell im Gleichgewicht ist.

In den letzten Jahren hat IMPCT zahlreiche Studien für Unternehmen und Stiftungen zum Thema Nachhaltigkeit verfasst und viele Beratungsmandate erfolgreich umgesetzt. Als Vertreter für gesellschaftliche Verantwortung und Nachhaltigkeit sitzt IMPCT in diversen Beiräten, so z.B. Science City Bahrenfeld oder Zukunfts-Task Force der Deutschen Fußball Liga.

www.impct.help
info@impct.help

Immer mehr entstehen Geschäftsmodelle, die erfolgreich sind, nicht obwohl, sondern WEIL sie etwas für die Gesellschaft und Umwelt bewirken. Social Businesses kommen aus der „Ökoecke“ ins Rampenlicht der Lieferketten und Regale. Der Beweis wird mittlerweile täglich erbracht, dass ökonomische Rendite die ökologische und sozio-kulturelle nicht ausschließt. Konsumenten fordern immer stärker ein, dass Produkte nicht nur bestimmten Standards entsprechen, sondern eben keinen negativen Footprint z.B. durch Inhaltsstoffe oder Herstellung hinterlassen. Jeder Kassenbon wird so zum Stimmzettel – denn es gibt immer eine nachhaltige(re) Lösung. Upcycling aus Wilhelmsburg statt Fast Fashion aus China – Ordern im Avocadostore statt bei Amazon.

Aber warum wird die Macht der Wirtschaft und ihre gesellschaftliche Innovationskraft so wenig genutzt? Warum werden Ressourcen immer noch nicht ausreichend für das richtige, das neue Normal eingesetzt? Vielleicht, weil die Aufgabe als zu groß und komplex erscheint. Der Weltverbesserungsplan der Vereinten Nationen, die 17 Sustainable Development Goals (SDGs), wirkt auf den ersten Blick utopisch. Erst bei genauerem Hinsehen werden sie durch 169 Unterziele konkretisiert und durch Indikatoren handhabbar. Die Regierungen dieser Welt haben sich zu diesen Zielen bekannt, jetzt ist es auch an der Wirtschaft, diese umzusetzen. Erfolg bei der Umsetzung hängt maßgeblich vom Handeln und der Zusammenarbeit aller Akteure ab.

Jedes Unternehmen kann im Rahmen seiner Tätigkeit die nachhaltige Entwicklung fördern.

Dies kann durch die Minimierung negativer oder – noch viel besser – die Stärkung positiver Auswirkungen des Handelns auf Mensch und Umwelt geschehen. Investitionen müssen so gelenkt werden, dass sie zur Lösung unserer gesellschaftlichen Probleme beitragen. Denn dadurch werden wachsende Märkte für jene



Unternehmen erschlossen, die innovative Lösungen anbieten und tiefgreifenden Wandel ermöglichen. Zwei Faktoren werden hier in den kommenden Jahren eine immer größere Rolle spielen. Erstens die mahnenden Worte und Vorgaben des Investmentsektors, und zweitens die Einführung von Steuern, Strafgebühren und anderen Preisfindungsmechanismen, um externe Effekte zu internalisieren. Beides stärkt die finanziellen Anreize für Unternehmen, Ressourcen-schonender zu handeln oder auf nachhaltigere Alternativen umzusteigen. Erkannt werden muss, dass sich alles um neue Geschäftschancen dreht – kein langfristiger ökonomischer Erfolg ohne nachhaltiges Handeln.

Geschäftsmodelle komplett auseinanderzunehmen und neu zusammensetzen erscheint radikal, ist aber der einzige Weg in eine lebenswerte Zukunft. Vor allem aber der einzige Weg, mittel- und langfristig ökonomisch erfolgreich sein zu können. Immer mehr erobern zirkuläre Geschäftsansätze den Markt und zeigen, dass Lieferkette und Rohstoffeinsatz neu gedacht werden kann und muss. Große und kleine Marktteilnehmer zeigen, dass systemischer Wandel in jeder Branche möglich ist, egal ob man in der Marktgröße von IKEA oder in der Komplexität von OTTO agiert. Es gibt keine Entschuldigung mehr, Social Innovation und Nachhaltigkeit nicht voranzutreiben. Silodenken hat ausgedient, skalierbare ganzheitliche Geschäftsmodelle sind die Zukunft. Die zunehmende Wirkungsorientierung des Kapitalmarktes und seine Forderung, nachhaltig zu wirtschaften, weisen in eine eindeutige Richtung.

Konsumenten, Arbeitnehmer und Kapitalmarkt fordern immer stärker, dass die Wirtschaft nicht länger Teil des Problems, sondern Teil der Lösung ist.

#rethinkingexistence



DA GEHT DOCH NOCH MEHR!

Als führende Experten für Immobilieninvestments in Hamburg sind wir Ihr professioneller Partner beim Verkauf Ihres Mehrfamilienhauses. Wir ermitteln den optimalen Verkaufspreis und finden den passenden Käufer für Sie.

Rufen Sie uns an: **040.411725-0**

zht-k.de

ZINSHAUSTEAM
KENBO 
CHARTERED SURVEYORS

„Wir können es nicht allen recht machen!“

beckers bester – der Weg zum werteorientierten, nachhaltigen Unternehmen

Von Gabriela Friedrich



Unternehmen:
beckers bester GmbH

Schwerpunkt:
beckers bester ist ein niedersächsisches Familienunternehmen, das seit seiner Gründung durch Bertha Becker vor beinahe 90 Jahren mit Leidenschaft Fruchtsäfte herstellt und vertreibt. Seit 2010 wird das Unternehmen von Berthas Urenkel Sebastian Koepfel werteorientiert geleitet. Zu den Werten des Unternehmens zählen Wertschätzung, Offenheit, Nachhaltigkeit und Unkonventionalität. beckers bester engagiert sich intensiv für nachhaltiges Wirtschaften und Umweltschutz. Der Firmensitz ist in Lütgenrode.

Gründung:
1932

Sitz:
Obere Dorfstraße 42,
37176 Nörten-Hardenberg

Mitarbeiterzahl:
150

www.beckers-bester.de

Seit beinahe 90 Jahren auf dem Markt und auf vielen Frühstückstischen Deutschlands zuhause – die Produkte von beckers bester. Gabriela Friedrich hat Sebastian Koepfel, Urenkel der Firmengründerin Bertha Becker, besucht, um über den Wandel des Unternehmens von 1932 bis heute zu sprechen.

„Bei uns gibt es nur guten Saft und schlechten Kaffee“, scherzt Sebastian Koepfel, als er mir die Kaffeetasse reicht. Wir sitzen in seinem Büro in Lütgenrode und das Gebäude ist etwas anders, als ich es mir vorgestellt habe, aber durch das viele Holz sehr gemütlich und familiär, durch Palettenmöbel und Tischkicker hat es sogar einen Hauch von Start-up-Charakter. Direkt im Eingangsbereich ein großes Schild in Regenbogenfarben und auch der Firmeninhaber selbst trägt seine Uhr an einem Armband in Pride-Farben. Draußen schneit es.

„Meine Urgroßmutter hat das hier alles gegründet“, erklärt mir der 43-Jährige stolz. 1932 war es noch eher unüblich, dass ein Unternehmen von einer Frau gegründet wird. „Nachdem sie das Unternehmen übergeben hatte, gab es allerdings leider keine Frau mehr an der Spitze. Doch haben wir heute einen sehr hohen Frauenanteil im Team, vor allem in der Verwaltung.“ Generell ist bei dem Fruchtsaftabfüller in den letzten Jahren einiges passiert.



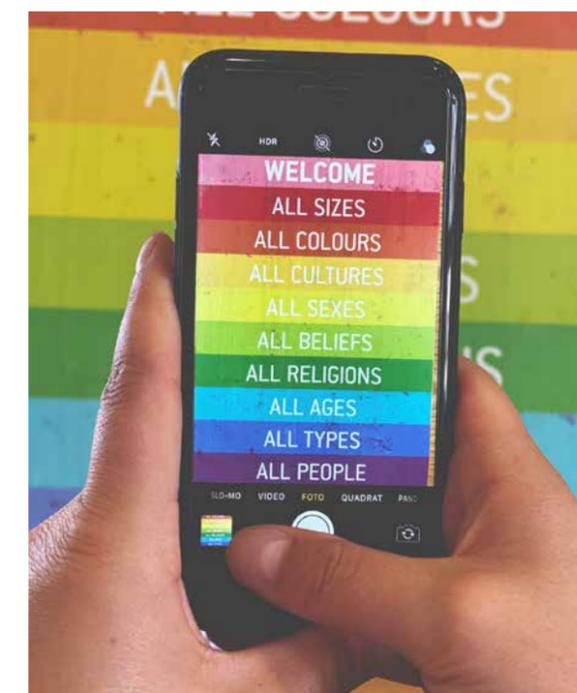
„Uns ist bewusst geworden, dass 'Tradition' für uns gar kein richtiger Wert ist.“

Vielen ist das Unternehmen als Traditionsunternehmen bekannt, seit 2010 wird es von Koepfel werteorientiert geführt. „Uns ist bewusst geworden, dass 'Tradition' für uns gar kein richtiger Wert ist. Wir haben uns die Werte Offenheit, Wertschätzung und Nachhaltigkeit auf die Fahne geschrieben und leben danach. Bei allem was wir tun, ist uns natürlich bewusst, dass wir ein produzierendes Unternehmen sind. Aber das ist in keinem Falle eine Ausrede für uns, weniger für die Umwelt und die Gesellschaft zu tun.“ Bei beckers bester wurde Nachhaltigkeit von Beginn an GROSS geschrieben. Seit 1950 gibt es zum Beispiel Lohnmost, mit dem beckers bester einen großen Teil zur Artenvielfalt und Erhalt der Apfelbäume beiträgt. Denn wer einen großen Apfelbaum im Garten stehen hat, der weiß oft nichts mit den hohen Apfelmengen anzufangen. „Und nach dem fünften Apfelkuchen, Apfelmus und Co. hat man dann eventuell mal wieder Lust auf etwas anderes“, lacht Koepfel, „durch den Lohnmost bei uns haben die Menschen die Möglichkeit, ihre Äpfel ‚loszuwerden‘ und die Apfelbäume werden trotzdem erhalten und nicht gefällt – es ist also eine win-win Situation für uns, die Menschen und die Umwelt.“ Seit den 1960ern hat das Unternehmen Mehrwegflaschen im Sortiment und ist mit diesen großgeworden. Eine Mehrwegflasche kann 40–50 Mal wieder befüllt werden und spart eine Menge Einwegverpackungen ein. „Der Mehrwegabsatz ist lange gesunken“, so Koepfel, „aber durch das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten ist dieser wieder gestiegen, darüber freuen wir uns wirklich!“ Erst letzten Monat hat das Unternehmen seine Mehrwegflaschen mit einem neuen Etikettendesign präsentiert. „Die Etiketten sind nun sehr bunt und wir wissen, dass das nicht allen gefällt. Aber wir können es nicht allen recht machen! Mit dem Design zeigen wir nun endlich, wie wir wirklich sind. Nicht verstaubt, trist und traditionell, sondern offen, wertschätzend und individuell. Denn unsere Lieblingsfarbe ist bunt!“



Seit den 1980ern hat beckers bester eine eigene Abwasseraufbereitung und seit 2008 ein eigenes Biomasseheizkraftwerk, um Dampf für die Abfüllanlagen zu erzeugen, dazu werden alte Holzreste, die „ihr Leben schon gelebt haben“ verbrannt, diese liefert ein Unternehmen aus der Region.

Auch sind alle Produkte der Marke vegan. Wie ein Saft nicht vegan sein kann? Das habe ich mich auch gefragt, es ist aber ganz einfach. Wenn ein Saft gepresst wird, entsteht ein trübes Naturprodukt. Doch neben trüben Produkten gibt es auch klare, zum Beispiel den klaren Apfelsaft. Oft werden diese trüben Produkte mit tierischer Gelatine „geklärt“. Auch der Leim, der für die Anbringung der Etiketten notwendig ist, kann tierische Stoffe beinhalten. „Ich ernähre mich mittlerweile auch zu einem Großteil vegan“, erklärt mir Koepfel. „Doch die Produkte haben wir eigentlich nicht nur für die Personen geändert, die sich aus Liebe zum Tier oder der Umwelt vegan ernähren, sondern für die Menschen, die aus religiösen Gründen keine tieri-



schen Produkte zu sich nehmen möchten. Das letzte Produkt haben wir 2017 'auf vegan umgestellt', da habe ich auch noch nicht geglaubt, dass sich meine Sicht auf die Dinge noch einmal so stark ändert, dass ich mich heute als Flexiganer bezeichne.“

Einen großen Schritt hat das Unternehmen im Jahr 2015 gemacht. Koepfel erzählt mir, dass beckers bester als Firma in diesem Jahr klimaneutral wurde.

„Ich glaube, das war der Zeitpunkt, an dem man gemerkt hat, dass wir es wirklich ernst meinen. Wir machen hier keine Show, wir betreiben hier kein Greenwashing, wir handeln aus Überzeugung.“

Was vor sechs Jahren mit der Firma begann, wurde Anfang 2020 auch bei den Produkten durchgeführt, sodass alle beckers Produkte bis in den Markt klimaneutral sind. Koepfel erklärt mir, dass sich die Berechnung zuvor leider nicht umsetzen ließ. Doch was heißt klimaneutral eigentlich? Klimaneutral bedeutet, dass man mit dem was man tut, kein CO2 freisetzt oder das freigesetzte CO2 kompensiert.



Das Familienunternehmen arbeitet hier mit Zukunftswerk eG zusammen. Zukunftswerk ist beim EU-Unionsregister Climate Action, bei der Gold Standard Foundation und beim Verified Carbon Standard (APX VCS) als Akteur registriert. Das bedeutet, sie können glaubwürdig den CO2-Ausstoß berechnen und Emissionsrechte kaufen, verwalten und stilllegen. Denn nachdem die verbrauchte Menge an CO2 errechnet wurde, erfolgt die Kompensation über Emissionszertifikate, mit denen dieselbe Emissionsmenge im Sinne des Kyoto-Protokolls in Klimaschutzprojekten und erneuerbaren Energieprojekten in Entwicklungsländern ausgeglichen wird. Übrigens würde es die CO2-Kompensation ohne diese Klimaschutzprojekte, die oft auch soziale Aspekte beinhalten, nicht geben.

Seit 2017 nutzt das Unternehmen Ökostrom und seit 2020 sind die Deckel der Tetra Pak-Verpackungen aus biobasiertem Polyethylen (Kunststoff). „Das heißt allerdings nicht, dass diese biologisch abbaubar sind. Der einzige Vorteil ist, dass Polyethylen nicht aus Erdöl, sondern aus natürlichen Rohstoffen gewonnen wird, die nicht endlich sind. Im Team haben wir viel diskutiert und es uns mit der Entscheidung nicht leichtgemacht, denn wir möchten auf keinen Fall etwas umsetzen, nur weil es sich gut anhört. Aber schlussendlich haben wir uns dazu entschieden, umzusteigen. Denn wenn Unternehmen diese Schritte nicht gehen, wird auch nicht an weiteren Möglichkeiten geforscht. Biobasiertes Polyethylen ist definitiv nicht die Endlösung, aber ein weiterer Schritt in die richtige Richtung.“

Auch ist das Unternehmen Gründungsmitglied von PANAO und Koepfel ihr erster Vorsitzender. PANAO ist die Abkürzung von „Partnerschaft für nachhaltigen Orangensaft“, die sich am 4. Dezember 2020 auf Initiative der Zivilgesellschaft im Rahmen des Deutschen Nachhaltigkeitstages in Düsseldorf gegründet hat. Zusammen mit Akteuren aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Gewerkschaften will beckers bester die Arbeits- und Lebensbedingungen der Orangepflückerinnen und -pflücker in Brasilien nachhaltig verbessern. „Denn bei dem Thema Nachhaltigkeit geht es uns nicht



nur um die ökologische, sondern vor allem auch um die soziale Nachhaltigkeit“, verrät mir der Firmeninhaber.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist für den Unternehmer das Lieferkettengesetz. Als eines von 33 Unternehmen und Organisationen hat sich beckers bester für dieses stark gemacht. „Wir wollen Verantwortung übernehmen und die Lieferketten vom Produktionsland bis in die Supermärkte nachhaltig und rückverfolgbar gestalten“, verspricht er. „Ich bin sehr froh, dass es den Entwurf jetzt gibt, aber ausreichend ist das noch lange nicht.“

„Zu dem bereits gesagten haben wir noch einen ganz tollen Partner, den Internationalen Schulbauernhof, knapp 10 Kilometer von uns entfernt. Das ist ein Bauernhof für Kinder-, Jugend- und Erwachsenenbildung. Dort veranstalten wir Nachhaltigkeitsworkshops für Interessierte des beckers Teams und auch in der Imkerei kann man sich dort ausbilden lassen.“

„Das alles klingt vielleicht nach großen Projekten, aber auch mit kleinen Dingen kann man bereits viel bewirken.“

Koepfel erzählt mir von den Bienenstöcken, die auf einer der drei Streuobstwiesen der Firma zuhause sind und von Ecosia, einer nachhaltigen Suchmaschine. „Frau Friedrich“, grinst der 43-Jährige, „Sie hatten eben kurz erwähnt, dass es von Ecosia auch einen Beitrag in dem Magazin geben wird, daher möchte ich hier nicht schon zu viel verraten außer, dass wir mit Ecosia mehr als zufrieden sind und sehr stolz darauf, es seit 2018 in der gesamten Firma etabliert zu haben.“



Anzeige

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



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!



Hammerbrooklyn. DigitalCampus

Zukunftsort für die digitale und nachhaltige Stadt

Von Prof. Dr. Henning Vöpel

Unternehmen:
Hammerbrooklyn

Schwerpunkt:

Ende 2015 haben die drei Hammerbrooklyn-Gründer Björn Bloching, Mathias Müller-Using und Henning Vöpel die Idee entwickelt, für Hamburg einen Ort der Transformation und des Kulturwandels zu schaffen. Die Digitalisierung verändert das Zusammenleben, das Wirtschaften und die Arbeit so grundlegend, dass völlig neue Umgebungen und Methoden erforderlich sind. Ein solches kollaboratives, interdisziplinäres, cross-industrielles und experimentelles Umfeld schafft der Hammerbrooklyn.DigitalCampus. Mit dem Projektträger ArtInvest werden bis 2028 mehr als 50.000 qm Fläche für einen lebendigen Campus entwickelt. Der zentrale Pavillon öffnet im Mai 2021 seine Tore. Die Hammerbrooklyn Foundation und die Factory Hammerbrooklyn (Factory Berlin) werden den Ort zu einem vibrierenden Ökosystem mitten in Hamburg machen, an dem Ideen der Zukunft vorgedacht, entwickelt und umgesetzt werden.

Sitz:
Hamburg

www.hammerbrooklyn.hamburg



Ein Future
Campus entsteht

Es geht los. Im Mai 2021 öffnet der Hammerbrooklyn. DigitalCampus seine Tore – Tore in eine neue Welt.

Die Corona-Pandemie hat Verwundbarkeiten offengelegt und unseren Blick auf die Welt verändert. Sie muss nachhaltiger und digitaler, innovativer und resilienter werden. Bei aller Unsicherheit über die Zukunft ist eines klar: Die Post-Corona-Welt wird eine andere sein, eine Rückkehr zur alten Normalität ist schon jetzt unmöglich geworden. Die nächsten Monate und Jahre werden daher von einem grundlegenden Umbau geprägt sein. Alle Unternehmen und Institutionen müssen sich mit der Frage auseinandersetzen, welchen Sinn und Zweck sie in Zukunft noch haben werden. Eine grundlegende Transformation von Wertschöpfungsketten und Geschäftsmodellen wird fast überall notwendig. Wer sich dem verweigert, wird nach dieser Krise den Anschluss verlieren. Immer haben Krisen große Geschwindigkeitsunterschiede, Gewinner und Verlierer erzeugt. Das ist umso wichtiger, als nach der Krise große Umbrüche auf Wirtschaft und Gesellschaft zukommen.

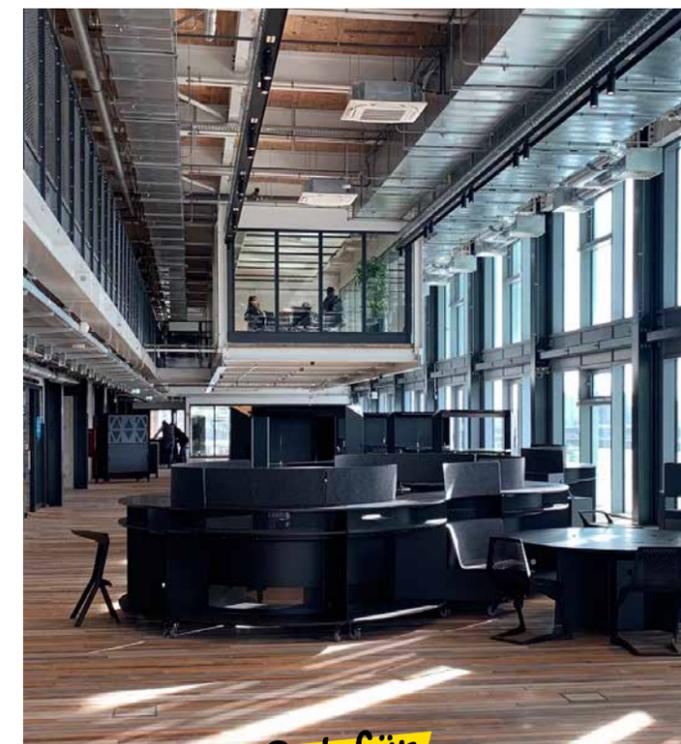
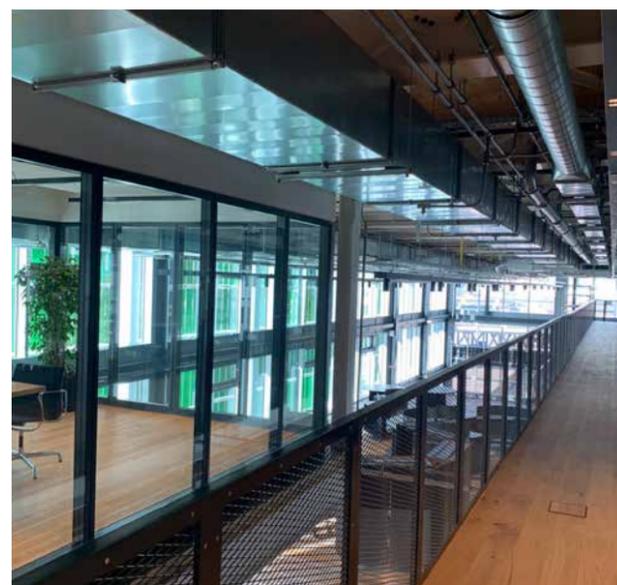
Hammerbrooklyn ist der Ort, an dem diese technologisch-ökonomische Revolution stattfindet, die zugleich eine gesellschaftlich-kulturelle Evolution ist. Historische Missionen stehen an: der Einstieg in eine echte Nachhaltigkeitsökonomie, die klimaneutral produziert und konsumiert, natürliche Kreisläufe schließt und die planetaren Grenzen unserer Lebens- und Wirtschaftsweise respektiert, und die Entwicklung einer digitalen Gesellschaft mit den Chancen einer neuen kreativen und produktiven Vernetzung, aber auch den Gefahren von Manipulation und Spaltung. Insgesamt gilt aber: Neuer Fortschritt ist nötig und möglich. Die vor uns liegenden Umbrüche zwingen uns, in neuen Perspektiven und Wegen zu denken.

Neue Formen der Kooperation und Organisation sind notwendig, um exponentielle Technologien und immer schnellere Innovationszyklen agil zu managen. Innovationen werden stärker kollaborativ, interdisziplinär und experimentell sein. Der Beta-Modus wird zu einem Normalzustand für Unternehmen. Daher gilt zweierlei: Unternehmen müssen zum einen dichter an Wissenschaft und Technologie heranrücken und gleichzeitig ihre Kultur verändern.

Die Idee eines Ortes, an dem der Kulturwandel konkret wird und technologische Transformation tatsächlich passiert, ist im Ausgang der Corona-Pandemie aktueller und drängender denn je: in Verwaltungen, Schulen, Unternehmen, Innenstädten. Dieser Ort soll und kann Hammerbrooklyn sein. Alle sind eingeladen, an diesen Ort zu kommen. Die Hammerbrooklyn-Ideengeber und Mit-Gründer Prof. Dr. Björn Bloching und HWWI-Direktor Prof. Dr. Henning Vöpel werden die Hammerbrooklyn Foundation leiten, die sich als ein Think Tank der digitalen Gesellschaft um die übergeordneten Transformationsthemen der Stadt kümmert, interdisziplinär forscht und Strategien entwickelt: Wie werden Städte in Zukunft aussehen und funktionieren, wie gelingt eine nachhaltige Stadt, die kreislaufwirtschaftlich und klimaneutral ist, welche Infrastrukturen und Kompetenzen erfordert die digitale Gesellschaft, welche Governance ist dafür nötig? Das Hammerbrooklyn Youth Innovation Center wird sich als Teil der Stiftung um die Themen Bildung, Innovation und Gründungen von Jugendlichen kümmern.

Den Hammerbrooklyn.DigitalCampus wird die Stiftung zusammen mit der Factory Berlin betreiben und entwickeln. Die Factory Berlin wird ab Mai in und für Hamburg ein internationales Ökosystem aus Unternehmen, Start-ups, Kreativwirtschaft und Politik aufbauen und die vielfältigen Aktivitäten – Konferenzen, Events, Vorträge und Talks – kuratieren. Die Factory Hammerbrooklyn ist für die Factory Berlin der erste Standort außerhalb Berlins.

Das in Hammerbrooklyn entstehende neue Ökosystem verspricht eine innovative und inspirierende Umgebung gerade auch für mittelständische Unternehmen zu werden.



Ein Ort für
die Welt von morgen

Die Mischung aus Technologie, Wissenschaft, Kreativität und Business wird neue Potenziale für Hamburg entwickeln. Die Welt steht vor einem Sprung in das digitale Zeitalter und eine klimaneutrale Wirtschaft. Das eröffnet Hamburg große Chancen, wenn es jetzt konsequent den digitalen und nachhaltigen Umbau in Angriff nimmt. Die Transformation braucht mehr Geschwindigkeit und Signifikanz, einen Quantensprung. Gerade das Green Business hat in Hamburg große Chancen. Green Business ermöglicht grünes Wachstum, nicht Verzicht, sondern Fortschritt durch Innovation und Technologie. Den Hafen klima- und kreislaufwirtschaftlich neutral zu machen, neue Antriebstechnologien für Schiffe und Flugzeuge zu entwickeln, grünen Wasserstoff zu produzieren und eine industrielle Wasserstoffwirtschaft aufzubauen – all dies kann Hamburg zu einem führenden Innovationsstandort für Green Business machen und zukunftssichere Einkommen und Beschäftigung in Hamburg und Norddeutschland sichern. Jetzt ist die Zeit. Und Hammerbrooklyn der Ort.

Tauchen Sie ein in die Welt von Hammerbrooklyn, bekommen Sie Zugang zu transformativen Methoden, führendem Expertenwissen und digitalen Kompetenzen und machen Sie sich auf den Weg in die Welt von morgen. Die Hammerbrooklyn Foundation und die Factory Hammerbrooklyn laden Sie ab Mai 2021 herzlich ein, Teil einer inspirierenden Community und einer faszinierenden Expedition in die Zukunft zu werden.

Die Suchmaschine, die Bäume pflanzt

Ecosias Kampf gegen den Klimawandel

Christian Kroll ist Gründer von Ecosia – der Suchmaschine, die Bäume pflanzt. Er hat Ecosia ins Leben gerufen, um Menschen in Entwicklungsländern zu helfen und etwas gegen den Klimawandel zu tun. Inzwischen hat die Berliner Suchmaschine 75 Mitarbeiter und pflanzt, dank der vielen Millionen Nutzer, jede Sekunde einen Baum. Das Interview mit Christian Kroll hat Björn Castan geführt.



Herr Kroll, was genau bietet Ecosia?

Ecosia ist eine gemeinnützige Suchmaschine, die ihre Gewinne nutzt, um Bäume dort zu pflanzen, wo sie am meisten gebraucht werden.

Wie sind Sie auf die Idee gekommen, Ecosia zu gründen?

Die Idee kam mir, als ich nach meinem Studienende die Welt bereiste. Ich verbrachte sechs Monate in Nepal und zehn Monate in Südamerika, wo ich die sozialen, globalen und ökologischen Ungerechtigkeiten hautnah miterlebte und viel über die Abholzung des Regenwaldes lernte. Ungefähr zur selben Zeit wurde mir bewusst, wie viel Potenzial in Suchmaschinen steckt und dass dieses bis dato nicht sinnstiftend genutzt worden war. So entstand die Idee eines ethischen Tech-Unternehmens, das sich auf die Wiederbewaldung des Planeten konzentriert.

Aus welchem Antrieb haben Sie sich selbständig gemacht? Wollten Sie immer schon Unternehmer werden oder sind Sie einem kurzfristigen Impuls gefolgt?

Den Drang, etwas Eigenes zu gründen, hatte ich schon früh. In meiner Jugend interessierte ich mich für Aktien; deshalb entschied ich mich nach der Schule für ein BWL Studium mit dem Schwerpunkt Finanz- und Börsenwesen. Im Studium merkte ich jedoch, dass man wie selbstverständlich davon ausging, dass das Ziel von Unternehmen die Profitmaximierung sei. Ich fing an, das infrage zu stellen. Auf meiner Reise entschied ich, dass ich die Dinge anders angehen wollte und so gründete ich Ecosia, das Business und Purpose verbindet.

Womit erzielt Ecosia Einnahmen, deren Überschüsse Sie dann für das Pflanzen von Bäumen einsetzen?

Genau wie andere große Suchmaschinen generiert Ecosia Einnahmen durch Werbeanzeigen zwischen den Suchergebnissen. Klickt ein User sie an, verdient Ecosia Geld.

Wie genau dürfen wir uns das Pflanzen der Bäume vorstellen? Wer pflanzt welche Art von Bäumen und wer überprüft, ob wirklich gepflanzt wurde?

Mittlerweile unterstützen wir 47 Baumpflanzprojekte in 26 Ländern weltweit, darunter Burkina Faso, Madagaskar, Australien und Spanien. Die Baumart hängt ganz vom Projekt ab. In jedem Fall sind es standortgerechte, heimische Bäume, die den Menschen vor Ort einen Mehrwert bringen.

Lokale Partner vor Ort kümmern sich um ihre Bäume. Unser Tree Planting-Team, geleitet von unserem Chief Tree Planting Officer Pieter Van Midwoud, ist für Koordination und Auswahl der Projekte verantwortlich. Zu all unseren Partnern pflegen wir ein enges Verhältnis, um sicherzustellen, dass wir immer auf dem neuesten Stand sind. Neben Verträgen gibt es auch ein Monitoring, das je nach Projekt über Satelliten, eine App oder klassische Bürokratie funktioniert. Dank regelmäßigem Kontakt können wir den Fortschritt und die Herausforderungen unserer Baumpflanzprogramme also ganz genau im Blick behalten. Die wichtigsten Updates teilen wir außerdem auch gerne und regelmäßig auf unseren sozialen Medien mit unseren Usern.



Sie haben für Ihr Unternehmen Berlin als Standort gewählt. Wie beurteilen Sie Berlin im Vergleich zu Hamburg? Wo sehen Sie die Vorteile von Berlin für ein Social Business?

Ich komme ursprünglich aus Wittenberg bei Berlin. Da lag es für mich nahe, in die nächste große Stadt zu ziehen. Berlin ist eine Stadt voller nachhaltiger, innovativer Start-ups und hier sind viele Menschen, die anders denken und eine große Vision haben. Für Unternehmerpersönlichkeiten, die die Welt verändern möchten, ist das ein inspirierendes Umfeld zum Arbeiten und zum Vernetzen.

Die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen wurden vor fast sechs Jahren definiert. In welchen Bereichen stellen Sie seitdem Fortschritte fest? Woran mangelt es noch stark?

Es sind einige Fortschritte zu sehen, wobei ein großer Teil dieses Fortschritts von individueller Motivation und kollektivem Aktivismus angetrieben wird, wie beispielsweise der #MeToo-Bewegung und der Black Lives Matter-Bewegung. Einen Mangel an Fortschritt gibt es dahingegen auf den obersten Regierungsebenen. Genauso verhält es sich auch mit dem Klimawandel, einem Thema, das schon lange bekannt ist, aber erst in den letzten Jahren wirklich ernst genommen wird. Hier sehe ich noch immer mehr Versprechen als tatsächliche Handlungsabsichten. Klar



Unternehmen:
Ecosia

Schwerpunkt:
Ecosia ist die größte gemeinnützige Suchmaschine der Welt. 2018 verschenkte der Gründer seine Anteile an die Purpose Foundation, um Ecosia dauerhaft unverkäuflich zu machen. Ecosia ist seitdem ein Unternehmen im Verantwortungseigentum und reiht sich in eine lange Tradition hinter BOSCH, Zeiss, Alnatura, Globus und viele weitere Unternehmen. Im Jahr 2014 wurde Ecosia als erste deutsche B-Corp zertifiziert. Der Bau eigener Solaranlagen in Deutschland ermöglicht Ecosia seit Juli 2020 200% des eigenen Energieverbrauchs in Form von erneuerbaren Energien zu produzieren. Ende 2020 wurde Ecosia mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet und damit in der Kategorie „Unternehmen“ für ihre erfolgreiche Begegnung mit ökologischen und sozialen Herausforderungen belohnt.

Gründung:
2009

Sitz:
Berlin

Mitarbeiterzahl:
75

www.ecosia.org



Bäumpflanzen für das Klima und für die Lebensqualität der Menschen vor Ort.

gibt es Schritte in die richtige Richtung, wie z.B. mehr Einsatz von erneuerbaren Energien. Aber auch hier beruht der Fortschritt auf der Entschlossenheit einzelner Menschen. Durch die wachsende Klima-Aktivismus-Bewegung, die es dank Greta Thunberg auch in die breite Masse geschafft hat, haben immer mehr Menschen nun das Bedürfnis, nachhaltiger zu leben und sich politisch zu engagieren. Das setzt Politiker und Großkonzerne unter Druck, ihren Beitrag im Bereich Nachhaltigkeit aufzuzeigen. Leider geht damit auch einher, dass vieles nur getan wird, um grün nach außen zu wirken und die Menschen zu besänftigen, ohne wirklich die richtigen Absichten zu verfolgen.

Ihr Team ist beeindruckend gewachsen. Alle Welt spricht von „Purpose“ als Wettbewerbsvorteil bei der Personalsuche. Fällt es Ihnen leicht, Mitarbeiter für Ecosia zu gewinnen?

Ja, wir sind besonders in den letzten Jahren wirklich stark gewachsen. Ich denke, dass eine Arbeit mit Sinn viele Menschen anspricht. Mehr und mehr Menschen erkennen heute, dass Geld und Materielles nicht das ist, was uns wirklich langfristig glücklich macht. Gerade jetzt im Angesicht der Klimakrise möchten viele ihren Teil dazu beitragen, unseren Planeten zu retten und nicht nur tatenlos zusehen, wie wir unsere eigene Lebensgrundlage zerstören. Bei Ecosia ist es nicht das Geld, was uns antreibt, sondern der Sinn und Zweck. Das habe ich in der Eigentumsstruktur verankert, indem ich meine Anteile an eine Stiftung verschenkt habe, was bedeutet, dass ich Ecosia niemals gewinnbringend verkaufen oder Dividenden erhalten kann.

Ecosia hat inzwischen ca. 120 Millionen Bäume gepflanzt. Gleichzeitig sind in den letzten Jahren gigantische Waldflächen im Amazonas, in Australien, Russland und den USA den Flammen zum Opfer gefallen. Stellen Sie Bemühungen der internationalen Staatengemeinschaft fest, Rodungen zu reduzieren und zerstörte Flächen wieder aufzuforsten?

Bäumpflanzen gilt heute als eine der effektivsten Maßnahmen für die Bewältigung der Klimakrise und viele Organisationen und auch Politiker berichten von großen Plänen, Millionen von Bäumen zu pflanzen. Ein Beispiel ist das Projekt der „Grünen Mauer“, in dem die über 8000 Kilometer lange Sahelzone auf dem afrikanischen Kontinent bepflanzt werden soll. Bis 2030 sollen hier 100 Millionen Hektar degradiertes Land wiederhergestellt werden. Trotz großer finanzieller Mittel, gibt es aber kaum Fortschritt, das Projekt hinkt dem Zeitplan hoffnungslos hinterher. Wir wollen, dass solche Projekte klappen und die Bäume nicht nur gepflanzt werden, sondern zu gesunden und nachhaltigen Ökosystemen wachsen.

Dürfen die von Ihnen gepflanzten Bäume in der Zukunft auch wieder gefällt werden, um z.B. Baustoffe herzustellen?

Unsere Bäume werden gepflanzt, um zu wachsen und zu bleiben. Deshalb ist der Mehrwert der Bäume so wichtig. Wenn wir durch die Projekte die Lebensqualität der Menschen vor Ort fördern, schwindet der finanzielle Druck, das Land zwecks Rodung zu verkaufen. Hängen diese Vorteile für die Lebensqualität dann noch in direktem Zusammenhang mit den gepflanzten Bäumen, haben die Menschen allen Grund, die von uns gepflanzten Bäume zu schützen und selbst zusätzliche Bäume anzupflanzen. In vielen Fällen liefern die von uns gepflanzten Bäume wertvolle Rohstoffe wie beispielsweise Sheabutter, Früchte oder Tengawang-Öl. Diese Produkte selbst zu konsumieren und zu verkaufen, ist langfristig profitabler als die Bäume zu fällen.



Welche politische Unterstützung wünschen Sie sich für Ecosia?

Bei Ecosia setzen wir uns dafür ein, dass Technologie ethischer und transparenter wird. Im Moment haben große Tech-Unternehmen zu viel Macht. Wir brauchen politischen Willen und Unterstützung, um einen fairen Wettbewerb und einen gesunden Markt zu gewährleisten, auf dem zweckorientierte Alternativen gedeihen können.

Wie können unsere Leser, die mit ihren Unternehmen gerne nachhaltiger wirtschaften möchten, Ecosia unterstützen?

Es hilft uns natürlich sehr, wenn große Institutionen Ecosia zu ihrer Standardsuchmaschine auf allen Geräten machen und so dazu beitragen, dass viele weitere tausend Bäume gepflanzt werden können. Es sind auch schon bekannte große Unternehmen auf Ecosia umgestiegen, beispielsweise DB Schenker oder die Metro AG. Oft kommt die Veränderung von ein oder zwei motivierten Personen in einer Organisation, die Ecosia kennen und dann mit dem Unternehmen teilen.

Welche Pläne haben Sie für die Zukunft von Ecosia?

Ecosia ist mittlerweile zu einer großen weltweiten Umweltbewegung herangewachsen. Ich wünsche mir, dass Ecosia in Zukunft einen noch viel größeren Einfluss in der Bewältigung der Klimakrise hat. Daher wollen wir unser Portfolio aus grünen Investitionen weiter ausbauen, wie zum Beispiel unsere Solaranlagen oder Agroforstwirtschaft. Auch unsere Suchmaschine soll noch grüner werden und Internetuser bei täglichen Entscheidungen mit Hilfe eines Nachhaltigkeitsmaßstabes helfen. Beispielhaft kann man sich vorstellen, dass man, wenn man nach einer Flugverbindung sucht, neben dem Ergebnis die entsprechende Bahnverbindung inklusive der CO2-Ersparnis angezeigt bekommt.



Anzeige

Gehalt&Lohn
ABRECHNUNGEN EINFACH CLEVER

Gehalts- und Lohnabrechnungen für nur 5 EUR

im Monat pro Mitarbeiter



Bis zu 80% Kostenersparnis



> 20 Jahre Erfahrung



Digitale Prozesse



Jetzt outsourcen und Kontakt aufnehmen.

Ihr Ansprechpartner im Verband: Lennart Mann
Telefon +49 40 401895930 · eMail mann@gehaltundlohn.de · Bleichenbrücke 11 · 20354 Hamburg

Nachhaltigkeit beginnt bei Menschen

Slow Fashion, Gegenbewegung zur
Massenproduktion in der Mode

Von David Friedemann



ACHIY und ZERCKSTYLE
– zwei Fashionlabels mit einer besonderen Philosophie. Ihre Inhaberinnen Vivica Pietz und Theresa Zerck bieten handgefertigte Stücke aus natürlichen Materialien, die nicht allein die Käuferinnen glücklich machen. David Friedemann hat mit ihnen gesprochen und ihre Kostbarkeiten aus Alpaka-Wolle bzw. aus Gold plus Holz angeschaut.

Vivica Pietz ist die Frau hinter dem Modelabel ACHIY, wobei der Begriff Mode ihren zeitlosen gestrickten Kunstwerken aus Alpaka-Wolle kaum gerecht wird. Ihre flauschigen Kunstwerke erzählen Geschichten vom Leben in Peru, wo sie entstehen, und machen die Spiritualität der indigenen Völker für Westler tragbar.

Im Jahr 2014 kam Pietz erstmals nach Peru, um sich in dem Land nützlich zu machen. In privilegierten Verhältnissen aufgewachsen, wollte sie dort Zeit, Engagement und Talente einbringen, um Menschen zu helfen, denen es nicht so gut ging wie ihr. So kam sie nach Arequipa, genauer gesagt in einen Slum namens San Isidro. Diese Erfahrung hat sie nachhaltig geprägt. „Trotz extremer Armut und schwieri-

gen Lebensbedingungen ist San Isidro erfüllt von Lebensfreude und Hoffnung“, erzählt Vivica Pietz. Zurück in Hamburg, beginnt sie sich intensiver mit Land und Region zu beschäftigen. So entstand die Idee für das nachhaltige Fashionlabel ACHIY. ACHIY bedeutet in Quetchua, der Sprache der Inka, soviel wie Lebensfreude, Vergnügen oder Genuss. Und eben diese Lebensfreude zieht sich in Form leuchtender Farben und bunter Muster durch jede Faser ihrer Produkte.

„In den indigenen Communities kommt das Wort Nachhaltigkeit gar nicht vor.“

Doch was ist der Grund dafür, wo doch Nachhaltigkeit bei uns aktuell in aller Munde ist? „In Peru lebt man seit Generationen im Einklang mit der Natur“, erklärt Pietz, „das ist normal, man kann es sich dort gar nicht anders vorstellen.“ Diesen selbstverständlich-achtsamen Umgang mit Ressourcen möchte sie mit ACHIY in unsere Kultur hineinbringen. „Wir setzen mit der ACHIY-Kollektion bewusst einen Gegentrend zum Fast Fashion-Konsum.“

2019 brachte Vivica Pietz ihre erste Kollektion auf den Markt. Damals wie heute gleicht in ihrem Shop kein Artikel dem anderen – alles Unikate, weitgehend in Handarbeit von drei Familien aus Cusco gefertigt. Für einige wenige Muster kommen Strickmaschinen zum Einsatz, der Großteil wird jedoch manuell gestrickt, wobei die Muster und Symbole in den Pullovern seit Generationen in den peruanischen Familien weitergegeben wurden. Die Alpaka- und Baby-Alpaka-Wolle der farbenfrohen Pullover ist 100 Prozent natürlich und von Hand mit biologisch abbaubaren Farben gefärbt. Andere Stücke der Kollektion sind aus PIMA Cotton, einer der ältesten Baumwollsorten der Welt, die bereits von den Inka eingesetzt wurde.



Mit ihren ursprünglichen Materialien und der individuellen Verarbeitung sind die schönen Stücke von ACHIY attraktiv für alle, die mit der Welt und mit dem eigenen Körper achtsam umgehen möchten. Denn wo beim Färben eines in Massenproduktion hergestellten T-Shirts bis zu 8.000 unterschiedliche Chemikalien eingesetzt werden, ist die ACHIY-Kleidung schafstofffrei. Ein nicht unwesentliches Kriterium bei etwas, das man direkt auf der Haut trägt...

„Der Lockdown hat uns ungewollt eine lange Pause verschafft.“

Wie so viele, hat auch Vivica Pietz die Auswirkungen von Corona gespürt, denn „die Produktion neuer Kleidungsstücke war in dieser Zeit nicht einfach. Wir haben versucht, so gut wie möglich Kontakt zu den Familien zu halten und in dieser Zeit weiter an den Produkten gearbeitet. Doch die Pandemie hat auch in Peru große Einschnitte hinterlassen.“



Theresa Zerck hat sich mit ihrem Schmucklabel ZERCKSTYLE ebenfalls dem Slow Fashion-Gedanken verschrieben. Sie hat Vivica Pietz 2019 bei der Premiere der ersten ACHIY-Kollektion kennengelernt. „Die Launch-Party hat mich nachhaltig bewegt und geprägt“, fasst Theresa Zerck die erste Begegnung zusammen. „Danach habe ich viel über das Thema nachhaltige Mode nachgedacht. Ich bin von Haus aus Art Direktorin und habe mich im Laufe der Jahre auf visuelle Bildwelten spezialisiert. Dadurch konnte ich Vivica beim Aufbau der ACHIY-Bildwelten unterstützen. Bildsprache hat sehr viel mit Gefühl zu tun. Wie Sprache können Bilder Geschichten erzählen und Stimmungen transportieren. Durch die Zusammenarbeit kam mir die Idee einer eigenen Kollektion. Das war die Geburtsstunde von ZERCKSTYLE“, schildert Theresa Zerck die Anfänge ihres eigenen Labels.

„Es braucht Mut, seine Vision nach außen zu tragen. Mut, das was man fühlt und denkt in eine Form zu bringen.“

Theresa Zerck: „Eigentlich braucht die Welt keine neuen Produkte. Doch die Herstellung von Dingen aus natürlichen Materialien, die Handarbeit zu spüren, und sich voll und ganz mit den Materialien zu identifizieren, das hat etwas tief Ursprüngliches. Der Mensch braucht die Natur und wir müssen lernen, die Materialien wieder neu zu sehen und zu fühlen und zu erleben.“



Elegant, natürlich, sinnlich

Bereits als Kind hat die Schmuckdesignerin ausdauernd gebastelt, wie sie erzählt, und konnte sich der Faszination für die kleinen Dinge voll und ganz hingeben. Für sie ist ZERCKSTYLE ein Ventil der Kreativität und „bei der Verarbeitung der Produkte von Hand entsteht aus einfachsten Materialien wahre Freude.“

In ihren Kollektionen kombiniert sie warmes Gold mit Holzperlen, baltischem Bernstein oder Orangencalcit. Ketten, Armbänder und Ohrringe, mal filigran-elegant, mal Statement-Stücke, doch immer einzigartig und mit dieser authentischen Ausstrahlung, wie sie nur Naturmaterialien besitzen. Aktuell hat es ihr der Bernstein angetan, der als fossiles Harz ein sehr ursprüngliches Material ist. „Leider ist Bernstein in der Schmuckproduktion über viele Jahre hinweg etwas stiefmütterlich behandelt worden“, erläutert Zerck, „deshalb versuche ich jetzt, ihn zu neuem Leben zu erwecken.“ Und mit den honigfarbengoldenen Kostbarkeiten, die sie uns zeigt, ist ihr das auch gelungen.

Ihre Schmuckstücke drücken Zercks Vorstellung von dem aus, was Schmuck leisten sollte: „Der Mensch hat sich schon immer geschmückt, um etwas zu unterstreichen. Zu unterstreichen heißt jedoch nicht sich zu verkleiden, sondern sich an der Schönheit der Natur zu erfreuen.“



Jetzt
unverbindlich
anfragen!

COVID-19 TEST-STATIONEN FÜR IHR UNTERNEHMEN

Für eine umfangreiche Prävention und die Sicherheit Ihrer Kunden und Mitarbeiter bieten wir gemeinsam mit unseren Partnern **NORD EVENT** und **MEDsan®** in Kooperation mit den **Johannitern** COVID-19 Test-Stationen für Firmen an. Wählen Sie zwischen der Antigen-Schnelltest- oder der PCR-Testmethode und erhalten Sie alle Leistungen aus einer Hand.

COVID-19 SCHNELLTEST

Schnelles Ergebnis in 15 Minuten

NEU



MEDsan® SARS-CoV-2 Ag Duo Schnelltest
(Einzeltests oder 25er Boxen)

- Einfache Handhabung - alles in einem Set
- Hergestellt und zertifiziert in Deutschland
- Abstrich im vorderen Nasenbereich oder von der Zunge
- Ohne weitere Geräte durchführbar
- Sensitivität (+): 96,7%, Spezifität (-): 100,00%
- Extrem niedrige Nachweisgrenze (LoD): 14,4 TCID 50/mL

Diesen und weitere COVID-19-Tests sowie persönliche Schutzausrüstung (u.a. medizinische Atemschutzmasken) finden Sie bei uns im Shop.

shop.hakoh.de

WIR BERATEN SIE GERNE!

Grün und dezentral:

Solarstrom vom eigenen Dach demokratisiert den Strommarkt

Von Florian Berghausen



Tobias Schütt (l.) und Florian Berghausen (r.)

Pachtmodelle für private Photovoltaikanlagen boomen und bieten Eigenheimbesitzern ein Rundum-Sorglos-Paket für die Energiewende.

Die staatlichen Förderungen zur Nutzung erneuerbarer Energien sinken seit Jahren kontinuierlich. Im Sinne des Klimaschutzes sind daher innovative Geschäftsmodelle gefragt, die einen Mehrwert liefern und wirtschaftlich attraktiv sind. Genau hier setzen Pachtmodelle für Solaranlagen und Speicher an: Sie ermöglichen Eigenheimbesitzern die private Solarstromproduktion ohne den Einsatz von Eigenkapital. Darüber hinaus bieten sie umfassende Serviceleistungen für den Betrieb eines Solarkraftwerks auf dem eigenen Dach.

Grünes Geschäftsmodell vereinfacht die Nutzung von Solarenergie

Anfang der Zweitausender diente die Installation von Solaranlagen auf Eigenheimen einzig dem Zweck, den produzierten Solarstrom zu verkaufen und in das Stromnetz einzuspeisen. 2012 brachten zwei Hamburger Unternehmer erstmals ein Geschäftsmodell auf den Markt, das nicht ausschließlich auf das Abschöpfen von Fördermitteln ausgerichtet war. Das Mietmodell für Solaranlagen und Speicher nutzt den wirtschaftlich attraktiveren Eigenverbrauch von Solarstrom und vereinfacht für Kundinnen und Kunden die Anschaffung und den Betrieb der Solaranlage. Seither sind zahlreiche weitere Pachtangebote und -Anbieter entstanden und der Markt entwickelt sich rasant.

Der Kern des grünen Geschäftsmodells besteht darin, dass die Anschaffung und Installation der Solaranlagen ebenso wie umfassende Serviceleistungen, z.B. Versicherungen, Wartungen und Reparaturen über einen monatlichen Festpreis abgebildet werden. Auf diese Weise wird auch weniger investitionsstarken Haushalten der Zugang zu erneuerbaren Energien ermöglicht.

Bis zu zwei Drittel des Jahresstrombedarfs lassen sich in Kombination mit einem Speicher pro Haushalt einsparen.

Durch das Dauermietverhältnis sind planbare Kosten und eine langfristige Fixierung des Strompreises möglich. Die regelmäßigen Preissteigerungen der Energieversorger wirken sich dadurch deutlich geringer auf die finanzielle Belastung der Eigenheimbesitzer aus.

Gerade in Hamburg hat Green Business großes Potenzial

Unter anderem durch das zunehmende Interesse an der Klimaschutzdebatte und der Nutzung erneuerbarer Energien hat sich das Solaranlagen-Mietmodell in Deutschland mittlerweile fest etabliert. Dank solcher Erfolgsgeschichten werden es zukünftige grüne Start-ups deutlich leichter haben, Investoren zu gewinnen und an Kapital zu gelangen. Denn auch auf Investorensseite hat bereits ein Umdenken stattgefunden: Kurzfristige Umsatzsteigerungen können heutzutage nicht mehr als alleiniges Erfolgskriterium gelten.

Grünes Geschäftsmodell: Solaranlagen und Speicher zur Miete



Geschäftsmodelle müssen auch mittel- und langfristig Bestand haben und der Gesellschaft gerecht werden, die als Anspruchsgruppe weiterhin zunehmend an Relevanz gewinnt.

Als attraktiver Industrie- und Dienstleistungsstandort hat dabei gerade Hamburg das Potenzial, eine grüne Gründerkultur zu etablieren. Die Metropolregion erfüllt mit Fläche, Wirtschaftskraft und Infrastruktur alle Voraussetzungen, um Konzepte zur Energieautarkie und Klimaneutralität zu realisieren. Mit der Einführung der Solarpflicht für den Neubau und Dachsanierungen ab 2023 hat die Stadt Ende letzten Jahres wegweisende Rahmenbedingungen gesetzt, die Hamburg zu einem spannenden Umfeld für innovative grüne Unternehmen machen und zahlreiche Arbeitsplätze im Bereich der Nachhaltigkeit schaffen wird.

DZ-4 - Erfinder des Solaranlagen-Mietmodells

2012 haben die Hamburger Solar-Pioniere Florian Berghausen und Tobias Schütt DZ-4 gegründet. Mit dem ersten Mietmodell für Solaranlagen und Speicher in Deutschland haben sie den Solarmarkt revolutioniert und eine einfache und günstige Lösung für die private Solarstrom-Produktion geschaffen.

Das DZ-4 Modell bietet ein Rundum-Sorglos-Paket für die Energiewende. Alle Kosten für Anschaffung und Installation von Solaranlage und Speicher sowie die Anlagenüberwachung, Versicherungen und Reparaturen sind mit der monatlichen Mietrate abgedeckt. Mittelfristig wird DZ-4 auch Produkte wie eine Stromcloud und eine Wallbox anbieten. So lassen sich auch der Reststrombezug und das Beladen von E-Autos auf 100 Prozent Solarstrom umstellen.





Kunststoffersatz statt Tierfutter

Wie das Start-up **traceless** aus Reststoffen der Lebensmittelindustrie Verpackungsmaterialien macht

Von David Friedemann

„Recycling von Kunststoffen ist keine ausreichende Lösung für die Plastikverschmutzung“, sagen Anne Lamp und Johanna Baare. Mit ihrem Start-up **traceless** haben sie ein vollständig kompostierbares Material entwickelt, das den Einsatz von herkömmlichen Kunststoffen in ganzen Branchen obsolet machen könnte. Malte Wettern und David Friedemann haben mit den Gründerinnen über eine Neubewertung des Recyclingkonzepts und über das Cradle-to-Cradle-Prinzip gesprochen.

Anne Lamp und Johanna Baare haben Großes vor. Sie stehen in den Startlöchern zum Aufbau der ersten Anlage, um die von ihnen entwickelten neuen **traceless**-Materialien zu produzieren. Diese Materialien sollen die üblichen Kunststoffverpackungen wie z.B. Folien ersetzen und damit helfen, eines der größten Probleme auf diesem Planeten zu lösen. Denn jährlich gelangen über 10 Mio. Tonnen Plastik in die Weltmeere. Und 85 Prozent aller jemals produ-

zierten Kunststoffe sind noch in der Umwelt, weil es Hunderte von Jahren dauert, bis sie sich aufgelöst haben. **traceless** setzt deshalb auf Kunststoffersatz aus Reststoffen der Getreideverarbeitung: „Die Suche nach einem ökologischen Verfahren und letztendlich einem nachhaltigen Produktionskonzept hat uns über verschiedene Wege zur Verwertung von Reststoffen aus der Lebensmittelproduktion geführt“, erklärt Anne Lamp. „Dies bietet neben einem biologisch abbaubaren Material gleich mehrere Vorteile: Die Reststoffe aus der Getreideverarbeitung werden aktuell als Tierfutter verwendet oder energetisch verwertet. Wir nutzen eben diese Reststoffe für unsere **traceless** Produkte, ohne in den Kreislauf der Nahrungsmittelproduktion einzugreifen.“



Wie beginnt man ein neues Material zu entwickeln?

„Ein neues Material entsteht aus der Wissenschaft“, lacht Anne Lamp. „Kurz gesagt, haben wir in der Recherche zu Molekülfunktionen bestimmte Details entdeckt und versucht, diese Eigenschaften durch unterschiedliche Behandlung zu nutzen. Wir wollten die natürlichen Eigenschaften so einsetzen können, dass sie auf ein neu geschaffenes Produkt übertragbar sind. Das schafft man jedoch nicht allein. Wir sind froh, dass wir bei der Entwicklung auf die Unterstützung der TU Hamburg zählen können.“

Anne Lamp weiß, wovon sie spricht. Als promovierte Verfahreningenieurin der TU Hamburg hat sie sich bereits während ihres Studiums intensiv mit der Herstellung biologischer Wertstoffe beschäftigt und dabei das Material entwickelt, welches zu 100 Prozent in den biologischen Kreislauf zurückgeführt werden kann. Der nachhaltige Umgang mit Produkten und die Möglichkeit, Materialien und Produkte neu und intelligent zu denken, waren dabei stets innerer Antrieb.

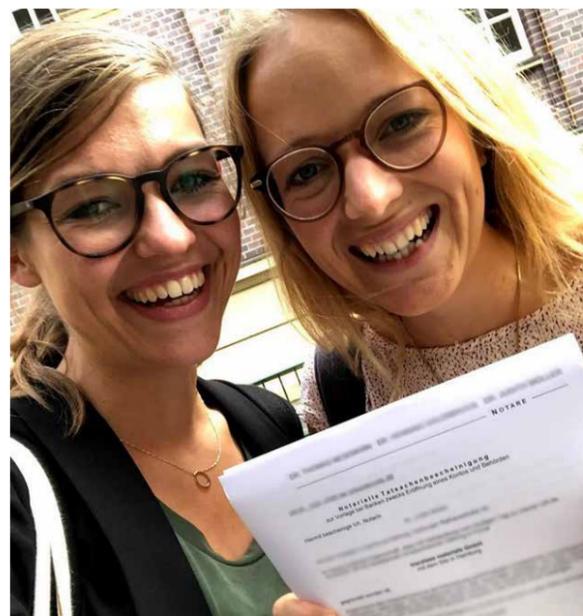
Ihre Partnerin Johanna Baare hat Psychologie studiert und für die Business Innovation Consulting Group den deutschen Markt erobert. Sie sorgt für die nötige Scale-up-Power und steuert die internen Prozesse. Baare lebt in Kopenhagen und ist unserem Gespräch per Video zugeschaltet. Kennengelernt haben sich die beiden Gründerinnen bei ProjectTogether, einem Mentoring Programm für Start-ups. Ge-



meinsam gründeten sie 2020 die traceless materials GmbH und planen, dass in 2021 die erste Pilotanlage der traceless-Materialien den Betrieb aufnehmen soll.

Bisher gibt es nur Prototypen der neuartigen Verpackungslösungen. Anne Lamp breitet auf dem Tisch unterschiedliche Materialmuster aus: Folien aus traceless-Material, erste Musterverpackungen für Lebensmittel und Beschichtungen. Wir sind von der Haptik positiv überrascht. Die Materialien fühlen sich an wie Kunststoff. Beim Anblick der Folien fällt uns spontan eine Vielzahl an Verwendungsmöglichkeiten ein. „Es gibt aktuell drei verschiedene Formen des Materials“, zeigt uns Anne Lamp. „Folie, Granulat und Beschichtungsmaterial. Wir sind dabei, weitere Eigenschaften und Verwendungen zu erforschen, wie beispielsweise Nagellacke. Auch Compound-Produkte, also Verbundstoffe, meist aus Pappe und Folie, sind ein spannender Use-Case. Diese lassen sich aktuell schwer in den Wertstoffkreislauf zurückführen, da die Kunststoff-Beschichtung im Papierrecycling nicht rückgewonnen werden kann und obendrein zur Bildung von Mikroplastik im Abwasser führt. Unsere traceless-Beschichtung kann dieses Problem lösen.“

**traceless-Folien
- die umweltfreundliche
Verpackungslösung.**



Warum eigentlich neue Materialien? Was ist verkehrt mit Recycling?

Wir wissen, wie stark sich die Ansätze des Recyclings in den letzten Jahren weiterentwickelt haben; auch das öffentliche Interesse im Umgang mit Kunststoffen und deren Verwertung ist gestiegen. Weshalb braucht es eigentlich noch neue Materialien, fragen wir uns – und die Gründerinnen. Kann Recycling das Kunststoffproblem nicht auch lösen? „Recycling ist eine Lösung, die immer dann, wenn der technische Kreislauf geschlossen ist und funktioniert, super ist“, bestätigt Baare unsere Überlegungen, fährt aber fort: „Leider wird derzeit nur ein Bruchteil der Kunststoffe zu gleichbleibender Qualität recycelt, weil beim Design von Produkten oft nicht auf deren Recyclingfähigkeit geachtet wird. Und wenn Produkte leicht in die Umwelt gelangen und damit eben aus dem technischen Recycling-Kreislauf leicht ‚herausfallen‘, braucht es kompostierbare Lösungen, die dann die Umwelt nicht verschmutzen.“

Das Plastikproblem ist komplex und braucht vielseitige Lösungen.

Wir haben es uns daher zum Ziel gesetzt, Materiallösungen auf den Markt zu bringen, die eben genau für diese Produkte, die potenziell in der Umwelt landen können, eine Lösung bieten.“



Cradle-to-Cradle (Von Wiege zu Wiege) ist die Idee hinter den traceless-Materialien. Es handelt sich hierbei um eine durchgängige, konsequente Kreislaufwirtschaft, deren Prinzip Ende der 1990er-Jahre von dem deutschen Chemiker Michael Braungart und dem US-amerikanischen Architekten William McDonough entworfen wurde. „Cradle-to-Cradle-Produkte“ können ihrer Definition nach entweder als biologische Nährstoffe in biologische Kreisläufe zurückgeführt oder als „technische Nährstoffe“ kontinuierlich in technischen Kreisläufen gehalten werden.

Unternehmen:
traceless materials GmbH

Schwerpunkt:
traceless ist ein innovatives Start-up für zirkuläre Bioökonomie mit Sitz in Hamburg. Sie bieten ein nachhaltiges alternatives Material zu herkömmlichen Kunststoffen und Biokunststoffen.

Gründung:
2020

Sitz:
Hamburg



Das ganze Gegenteil sind die heute meist genutzten Kunststoffe. Anne Lamp erklärt: „Etwa 40 Prozent der Kunststoffe wird für Verpackungen genutzt. Diese Verpackungen werden häufig nach dem einmaligen Gebrauch direkt entsorgt. Diese kurze Nutzungsdauer bei einem Produkt, das von seiner chemischen Zusammensetzung geradezu für die Ewigkeit geschaffen ist, macht das Problem der Umweltverschmutzung von Minute zu Minute größer.“ In der Tat, das finden wir auch absurd. Gut, dass traceless jetzt für Alternativen sorgt. Doch wird das vermutlich nicht ganz so einfach sein.

Wie schwer ist es, ein Produkt aus dem Labor in die Anwendung zu bringen?

„Natürlich ist das nicht einfach“, bestätigt Anne Lamp unsere Befürchtungen. „Die Vernetzung zwischen Wissenschaft und Wirtschaft findet leider nicht immer wie gewünscht statt. Und so verschwinden viele Ideen und Forschungen in der Schublade, ohne jemals wirkliche Anwendungen zu finden.“ Die traceless-Geschichte lässt jedoch hoffen: „Bei uns lief das glücklicherweise anders. Und wir haben zudem das Glück, über verschiedene Partnerschaften bereits erste Kontakte zur industriellen Anwendung zu knüpfen. Wir werden Versandtüten für einen großen Hersteller produzieren. Im Versandhandel ist die Verwendungsdauer der Verpackungsmaterialien besonders kurz. Diese werden meist direkt entsorgt und tragen einen nicht unerheblichen Teil zur Verschmutzung der Weltmeere bei.“



Anne Lamp ergänzt: „Von der Produktion zur Massen-anwendung liegt noch ein langer und steiniger Weg vor uns. Die Produkttests waren bisher sehr erfolgreich, wir treffen auf einen Markt, der auf der Suche ist nach nachhaltigen Produkten, wir haben ein sensationelles Team und erfahren viel Unterstützung, doch für die Massen-anwendung sind die Kosten entscheidend.“

Unser größtes Ziel besteht darin, die Kosten langfristig auf das Niveau von herkömmlichen Kunststoffprodukten zu senken.

Wenn das gelingt, werden die Weichen für die Plastik-Industrie neu gestellt.“

So viel Innovationskraft und Tatendrang beeindruckt uns. Wir drücken die Daumen für den erfolgreichen Start der Produktion und freuen uns, wenn die neue Materialgattung der traceless-Materials in aller Munde ist.

Vielen Dank für das Gespräch.



Anzeige



DIE SICHERSTE MOBILITÄT DEUTSCHLANDS



Mit unserem 360° Konzept, bestehend aus AHA-Maßnahmen, dem neuen Langzeit-Oberflächenschutz gegen Viren und Bakterien sowie der Prävention durch Antigen- Schnelltests und PCR-Tests in unseren Stationen, ist STARCAR der hygienesicherste Autovermieter in ganz Deutschland!

Werbung des STARCAR GmbH, Verweilung, Südost, 2022, 2023/2024

- 1 **AHA** AHA Maßnahmen
- 2 24/7 Anti-Keim-Beschichtung Fahrzeuge & Stationen
- 3 Shop-in-Shop Teststationen Antigen-Schnelltests und PCR-Tests

STARCAR

www.starcar.de

Das neue Verbandssanktionengesetz

– worauf müssen sich Unternehmen künftig einstellen?

Von Mareike Biesold

**Achtung,
drastisch erhöhte
Strafen drohen!**



Der Entwurf zum neuen Gesetz zur Stärkung der Integrität in der Wirtschaft – kurz: das Verbandssanktionengesetz (VerSanG) – wurde am 21. Oktober 2020 durch die Bundesregierung in den Bundestag eingebracht und damit die finale Phase des Gesetzgebungsverfahrens eingeleitet. Mit einer baldigen Verabschiedung kann gerechnet werden. Die Umsetzungszeit soll zwei Jahre nach Verabschiedung des Gesetzes betragen.

Schon bisher konnten Verbände (Unternehmen und juristische Personen) für das Fehlverhalten ihrer Führungskräfte mit einer Geldbuße nach dem Ordnungswidrigkeitengesetz (§ 30 OWiG) belegt werden. Die Verbandsgeldbuße hatte jedoch eine Höchstgrenze von 5 bis 10 Millionen Euro – unabhängig von der Größe des Unternehmens. Durch das VerSanG werden die Strafen für größere Unternehmen drastisch erhöht. Nunmehr sollen die Strafen umsatzabhängig sein. Bei Unternehmen mit einem (Konzern-)Jahresumsatz von mehr als 100 Millionen Euro beträgt die Höchstgrenze

zukünftig 10% (bei Vorsatztaten) bzw. 5% (bei Fahrlässigkeit). Hinzu kommt, dass daneben auch die Einziehung von Vermögen möglich sein soll, was zu einer Doppelbelastung der Unternehmen führen kann.

Neu ist auch die Möglichkeit einer Verfolgung im Ausland sowie die verpflichtende Einleitung eines Verfahrens bei einem Verdacht.

Bisher stand die Verfolgung von Unternehmen im Ermessen der Strafverfolgungsbehörden. Trotz des Legalitätsprinzips soll eine gewisse Verfolgungsflexibilität erhalten bleiben, da die Vorschriften über die Einstellung nach der Strafprozessordnung Anwendung finden werden und auch das VerSanG diverse Regelungen zu Einstellungsgründen enthält. So enthält der Gesetzesentwurf Regelungen, die bei einer Kooperation des Unternehmens oder einer Mitwirkung an der Aufklärung und einer Schadenswiedergutm-



**Compliance-Vorkehrungen
können Sanktionen mildern.**

chung die Möglichkeit einer Milderung der Sanktion einräumen. Hierbei gewinnt die Implementierung eines funktionierenden Compliance-Systems und die Durchführung von verbandsinternen Ermittlungen zur Aufklärungshilfe besondere Bedeutung. Dies hat bereits in der Vergangenheit regelmäßig dazu geführt, dass dies bei der Verhängung sowie gegebenenfalls bei der Höhe einer Verbandsgeldbuße Berücksichtigung fand. Verbindliche gesetzliche Regelungen hierzu fehlten aber bislang. Mit Einführung des VerSanG soll die Staatsanwaltschaft die Implementierung von Compliance-Vorkehrungen bereits bei der Überlegung, ob eine Einstellung des Verfahrens in Betracht kommt, berücksichtigen, spätestens aber soll dieser Umstand im Unternehmen eine Milderung der zu verhängenden Sanktion durch das Gericht nach sich ziehen. Auch enthält das VerSanG erstmals Regelungen zu den „Internal Investigations“ und setzt inhaltlich erhebliche Anreize für die Durchführung von verbandsinternen Untersuchungen zur Aufdeckung und Ermittlung von Straftaten. Auch hier soll ein Absehen von der Verfolgung oder eine Milderung der Sanktion stattfinden, wenn das Unternehmen mit den internen Untersuchungen wesentlich dazu beigetragen hat, dass die Verbandstat aufgeklärt werden konnte und die Untersuchung entsprechend den Vorgaben des Verbandssanktionengesetzes durchgeführt wurden. Für das Unternehmen wird in diesem Zusammenhang die Frage zu stellen sein, wann eine Offenbarung gegenüber den Strafverfolgungsbehörden möglich und sinnvoll ist. Die Regelung birgt durchaus hohes „Erpressungspotenzial“, da die Möglichkeit einer Strafmilderung versagt werden kann, wenn die Unternehmen nicht oder nicht vollständig zur Aufklärung beigetragen haben und die Dokumente aus der verbandsinternen Untersuchung nicht den Ermittlungsbehörden uneingeschränkt zur Verfügung gestellt haben.

Das Unternehmen wird sich also immer im Zwiespalt zwischen angemessener Verteidigung gegen den Vorwurf und der Mitwirkung an der eigenen Strafverfolgung befinden.

Hierbei wird auch eine Rolle spielen, dass fortan die Unternehmen auch die öffentliche Bekanntmachung des Urteils und die Aufnahme in das für Behörden zugängliche Verbandssanktionenregister zu befürchten haben und die von dieser Regelung ausgehende Prangerwirkung ein weiteres Druckmittel darstellt.

Alles in allem ist an dem Gesetzesentwurf jedoch begrüßenswert, dass das Unternehmen seinerseits bestimmte Verfahrensrechte, wie etwa das Recht zu schweigen für den gesetzlichen Vertreter des Unternehmens, aber auch die Rechte auf rechtliches Gehör, zur Stellung von Beweisanträgen, zur Benennung von Zeugen und zur Einlegung von Rechtsbehelfen erhält. Bei Mitarbeiterbefragungen müssen nunmehr die Grundsätze eines fairen Verfahrens eingehalten werden. So sieht das Gesetz vor, dass Mitarbeiter vor der Befragung belehrt werden müssen. Mit alledem geht allerdings auch die Verpflichtung einher, dass die anwaltliche Vertretung für die internen Untersuchungen strikt von der Verteidigung des Unternehmens und der einzelnen Mitarbeiter zu trennen sind. Im Falle des Falles werden die Unternehmen nicht umhin kommen, gleich mehrere Anwälte zu beauftragen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der vorliegende Gesetzesentwurf mit drastischen Folgen für Unternehmen verbunden ist. So wird die teilweise recht inflationär gehandhabte Einleitung solcher Verfahren gegen Unternehmensverantwortliche reflexartig ein förmliches Ermittlungsverfahren gegen das Unternehmen nach sich ziehen. Für die Unternehmen wird es – unabhängig von der Größe – noch wichtiger sein, sich mit angemessenen Compliance-Systemen aufzustellen. Sie werden sich künftig die Frage stellen müssen, ob sie ausreichende Vorkehrungen getroffen haben, um die eigene Verantwortlichkeit zu begrenzen und gegebenenfalls in den Genuss einer Milderung der Verbandssanktion zu kommen. Auch bei den internen Ermittlungen tun sich nunmehr sehr komplexe Fragestellungen auf, bei deren Beantwortung die Unternehmen auf rechtsanwaltlichen Rat angewiesen sein werden.

Wasserstoffhauptstadt Europas: Hamburg

Wasserstoff in aller Munde

Von Sven Jösting



Die Ziele sind ehrgeizig und Wirtschaftssenator Westhagemann gibt richtig Gas, um insbesondere die Potenziale des „grünen Wasserstoffs“ für Hamburg nutzbar zu machen. Eine Absichtserklärung für den Bau eines 100 MW-Elektrolyseurs am Standort Moorburg ist erfolgt. Wie geht es nun weiter? Wo liegen Chancen?

Der Hamburger Hafen – gewaltige Potenziale bei Wasserstoff.

Lange hat es gedauert, doch nun ist Wasserstoff, das Super-Molekül, in aller Munde. Der Klimawandel sorgt dafür, dass die Welt umdenkt und nach Alternativen für die CO₂-freie Energieversorgung sucht. Wasserstoff, gewonnen via Elektrolyse mittels regenerativen Stroms, idealerweise in der Farbe Grün und übergangsweise Blau (Erdgasreformierung mit noch kleinem CO₂-Abdruck), gehört die Zukunft. Spannend wird es auch bei gelbem Wasserstoff, der seine Grundlage in Biogas findet. Der Weg ist das Ziel und so gibt es mittlerweile ernstzunehmende Stimmen, die einen Preis pro kg H₂ bei unter 1,50 US-\$ in den kommenden fünf bis zehn Jahren als realistisch ansehen, womit Erd- und Flüssiggas LNG echte Konkurrenz erwächst. Für das Klima und unserer Umwelt ist das gut. Nun gilt es, die Einsatzmöglichkeiten des Wasserstoffes zu prüfen, die Infrastruktur für den Wasserstoff, also zum Beispiel Tankstellen, zu entwickeln und die Speichermöglichkeiten auszuloten. Letztere ergeben sich aus bestehenden Gasleitungsnetzen, aber auch aus noch stillgelegten – jedoch für diesen Zweck wieder nutzbar – sowie aus neuen Gasleitungen. Hier im Norden können vorhandene Porenspeicher und Salzkavernen ebenfalls der Lagerung/Speicherung großer Mengen an Wasserstoff dienen. Der Großraum Hamburg hat all das an Potenzial. Zudem lässt sich Wasserstoff auf dem Schiffswege zu uns importieren – wahrscheinlich nicht in flüssigem oder gasförmigem Zustand, sondern verpackt als Ammoniak oder Methan. Der Hafen ist da der perfekte Umschlagplatz, so wie es u.a. in Rotterdam geplant ist. Der Wasserstoff kann hier perfekt mittels Strom aus norddeutscher Windkraft produziert und als Speichermedium betrachtet werden, bis es zur Rückverstromung (Umkehrelektrolyse) kommt. Die Potenziale sind gewaltig.

Wasserstoffvisionen

Neben der hohen Nachfrage der Industrie, werden erste Märkte für den Wasserstoff in der Elektromobilität zu sehen sein. Dort wird der Wasserstoff via Brennstoffzelle in Bussen und vor allem peu à peu in neuen Generationen von Nutzfahrzeugen, also Lkw, eingesetzt. Prototypen gibt es von Hyundai und Nikola Motors. Letztere arbeiten mit Iveco (CNH-Gruppe, vormals Fiat Industrie, mit Iveco, Magirus, New Holland und Case) und Bosch zusammen. Das Ziel ist es, mit 100 kg H₂ über 1000 km Strecke zu bewältigen. Bei dem Mirai von Toyota sind es bislang nur 0,7 kg H₂ für 100 km. Und Busse benötigen auch nur noch gut 7 kg H₂ für 100 km. Was antizipativ geschehen muss, ist der Aufbau einer H₂-Tankstelleninfrastruktur. Mittel- bis langfristig wird, so eine Studie von SHELL, jede dritte Tankstelle auch eine H₂-Applikation haben. Per heute gibt es aber nur ca. 100 H₂-Tankstellen in Deutschland, die auf 400 bis zum Jahr 2024 aufgestockt werden sollen. Für mich ist das alles viel zu langsam und Senator Westhagemann würde mir da sicherlich zustimmen, dass man schneller und kreativer agieren muss. So, wie sich im Fall des Elektrolyseurs in Moorburg verschiedene Unternehmen zusammengeschlossen haben, sollte es sich doch auch mit den H₂-Tankstellen machen lassen, oder? Ich empfehle, dass Lkw-Produzenten gemeinsam mit Tankstellennetzbetreibern wie Hoyer und Marquard & Bahls (Oil) sowie H₂-Produzenten (Energiekonzerne, Gasehersteller) gemeinsam H₂-Tankstellen entwickeln oder in Auftrag geben bzw. die H₂-Ladestruktur auf den Weg bringen. Ideal wäre es, wenn man H₂-Tanksäulen erst einmal für NFZ entwickelte (höherer Druck notwendig) und an Standorten errichtete, wo sie sich am schnellsten rechneten. Denn aufgrund der Schadstoffemissionsregularien der EU für die Industrie werden Lkw mit Dieselmotor zum Auslaufmodell. An solchen Tankstellen könnten eventuell später auch Schienenfahrzeuge betankt werden und zu einem späteren Zeitpunkt dann auch Pkw. Langfristig wird der Wasserstoff auch für Schiffe einsatzfähig (ers-

te Prototypen sind auf dem Weg) und als eFuels (Wasserstoff + Co₂) auch in der Luftfahrtindustrie zum Einsatz kommen. Airbus ist bereits sehr weit und hat ambitionierte Ziele. Wasserstoffbetriebene Fahrzeuge für „Groundhandling“ gibt es indes schon heute am Hamburger Flughafen. Im Bereich des Material Handling (Gabelstapler) wird der Wasserstoff ebenfalls stark im Einsatz sein; neueste Generationen von Gabelstaplern werden dann wohl keine Batterie mehr haben, sondern im Drei-Schicht-Betrieb mit Wasserstoff binnen weniger Minuten betankt. Am Standort Hamburg gibt es ja die Firma Still, eine Tochter von KION, dem weltweit zweitgrößten Gabelstaplerhersteller, der zur chinesischen Weichai gehört. Züge werden in Zukunft besonders dort, wo es keine Elektrifizierung gibt, mit Wasserstoff betrieben, was den Dieselmotor ersetzt. Senator Westhagemanns ehemaliger Arbeitgeber Siemens ist hier stark vertreten und durch Siemens Energy bei der Elektrolyseforschung aktiv. In Niedersachsen und Schleswig Holstein fahren bereits Züge mit Wasserstoff von Alstom.

Sie sehen, die Potenziale für Wasserstoff am Standort Hamburg und in der Großraumregion sind gewaltig. Damit wird dem Klimawandel Rechnung getragen und es entstehen weltweit neue Märkte und neue Jobs. Der gefühlten Überregulierung von manchem Bundesministerium steht die Pragmatik hier am Ort wie auch der positive Druck aus Brüssel gegenüber. Hier ist unternehmerisches Handeln und antizipatives Denken gefordert. Und: Das Thema muss dringend in die Schulen, da Kinder und Jugendliche sehr begeisterungsfähig sind, und sollte auch den Mitgliedern von Friday for Futures kommuniziert werden, um bei deren späterer Berufswegplanung berücksichtigt zu werden. Greta würde sagen: Follow the Science. Wer sich über das Thema Wasserstoff stärker informieren möchte, besucht die Website der Wasserstoffgesellschaft Hamburg e.V., die es nun schon über 30 Jahre gibt. Gründer waren der Bürgermeister Henning Voscherau und der ehemalige Handelskammerpräsident Nikolaus Schües. www.h2hamburg.de Und wer da noch tiefer einsteigen möchte, sieht sich das einzige Fachmagazin in Deutschland an: HZwei (www.hzwei.info) Wer Kinder im Alter bis zu 14 Jahren hat, lässt diese am diesjährigen Kinderplakatwettbewerb mit dem Thema Wasserstoff des Michelblick teilnehmen: www.michelblick.de

Der Autor

Sven Jösting (60) ist Familienunternehmer e.V., RK Hamburg (vormals ASU/BJU) seit 1987 eng verbunden; hat 1987 für ASU/BJU die Podiumsdiskussionsveranstaltung „Unternehmen und Umweltschutz“ im NRV organisiert. Seit über 30 Jahren Repräsentant von BAUM e.V., dem größten Unternehmensnetzwerk in Sachen Ökologie + Ökonomie in Europa (www.baumev.de). Er schreibt für das Fachmagazin HZwei und ist langjähriges Mitglied der Wasserstoffgesellschaft Hamburg e.V. Das Thema Brennstoffzelle/Wasserstoff + Börse behandelt er via dem Investmentfonds BZVision bei Wikifolio (www.wikifolio.com). BZ = Brennstoffzelle

Perspektive: Jede dritte Tankstelle mit H₂-Applikation!

„Drum prüfe, wer sich ewig bindet“

– Die Bedeutung der Due Diligence in M&A-Transaktionen

Von Peter Plennert

Der
Autor



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

Ausgangslage

Bahnt sich der Verkauf bzw. Kauf eines Unternehmens oder einer Beteiligung an einem Unternehmen im Rahmen einer M&A (Mergers & Acquisitions)-Transaktion an, hat der potenzielle Käufer, der das Unternehmen bislang nicht kennt, großes Interesse daran, detailliertere Kenntnisse und Informationen über das Unternehmen und seinen Geschäftsbetrieb zu erhalten, bevor er sich für eine bindende Investition entscheidet.

Deshalb bildet die sorgfältige Prüfung des Unternehmens, englisch „Due Diligence“ bzw. kurz „DD“ genannt, nach dem Abschluss erster Gespräche und Vorfeldvereinbarungen, insbesondere einer Vertraulichkeitsvereinbarung, einen wesentlichen und äußerst wichtigen Bestandteil einer M&A-Transaktion, die den Grundstein für den weiteren Ablauf der Transaktion legt.

Aufgrund der geschilderten Interessenlage wird die DD häufig vom Käufer initiiert und regelmäßig von dessen Beratern durchgeführt. In selteneren Fällen, beispielsweise bei einer vom Verkäufer initiierten Transaktion, wird diese auch vom Verkäufer beauftragt (sog. Vendor DD).

Pflicht zur Durchführung einer Due Diligence?

Aufgrund der geschilderten Interessenlage des Käufers und den mit einem Unternehmenskauf verbundenen und von außen schwer erkennbaren Risiken liegt die Überlegung nahe, ob aus Sicht des Käufers sogar eine Pflicht bestehen könnte, eine DD durchzuführen.

Das deutsche Kaufrecht kennt – im Gegensatz zum US-amerikanischen Recht – keine generelle Pflicht des Käufers, eine DD durchzuführen. Allerdings kann sich für die Geschäftsleiter des Käufers in vielen Fällen ein Haftungsrisiko ergeben, wenn sie von der Durchführung einer DD absehen und dadurch Risiken für das Käuferunternehmen eingehen. Denn im Rahmen unternehmerischer Entscheidungen, zu denen regelmäßig auch der Kauf eines anderen Unternehmens gehört, sind diese verpflichtet, auf der Grundlage angemessener Information zu handeln.

Funktionen und inhaltliche Bereiche einer Due Diligence

Diesem Zweck der Informationsbeschaffung und Haftungsvermeidung dient die DD insbesondere. Darüber hinaus wird die DD aber auch als Mittel zur Kaufpreisermittlung eingesetzt –, diese ist für den außenstehenden Käufer ansonsten kaum möglich. Ferner sollen etwaige im Unternehmen bestehende Risikofaktoren aufgedeckt und für den Käufer erkennbar gemacht werden, um diese im weiteren Verlauf der Transaktion berücksichtigen zu können.

Um die genannten Funktionen zu erfüllen, kann die DD verschiedene inhaltliche Bereiche abdecken, die sämtlich miteinander kombiniert oder auch isoliert betrachtet werden können – je nach Geschäftsbereich und Größe des Zielunternehmens und gemäß den Erfordernissen des Auftraggebers.

Die wesentlichen Bereiche einer DD sind die folgenden:

- Legal DD: Prüfung der rechtlichen Aspekte und Risiken, insbesondere in den Bereichen Gesellschaftsrecht, Arbeitsrecht, Immobilien, wirtschaftliche Verträge, Finanzierungsverträge, IP und Datenschutz.
- Financial DD: Prüfung der Finanzkennzahlen des Zielunternehmens auf Grundlage der letzten Jahresabschlüsse und der aktuellen BWA zur Ermittlung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Unternehmens.
- Tax DD: Prüfung der steuerlichen Aspekte zur Ermittlung etwaiger steuerlicher Risiken oder Nachzahlungsverpflichtungen, beispielsweise im Zusammenhang mit zukünftigen Betriebsprüfungen.
- HR DD: Detailliertere Prüfung arbeitsrechtlicher und personalwirtschaftlicher Aspekte wie beispielsweise Beschäftigtenstruktur, Personalkostenstruktur und betriebliche Altersvorsorge.
- Environmental DD: Prüfung etwaiger Umweltrisiken, sowohl aus rechtlicher als auch aus technischer Sicht, durch entsprechende Sachverständige, beispielsweise im Rahmen von Ortsbegehungen, Bodenproben oder Auswertung bestimmter Register (z.B. Altlastenkataster).
- Commercial DD: Prüfung der wirtschaftlichen Geschäftsplanung des Zielunternehmens für die zukünftigen Jahre aus Sicht des Marktes, der Kunden und des Wettbewerbs.

Die inhaltliche Prüfungstiefe kann für jeden der beschriebenen Bereiche entsprechend dem Bedarf des Käufers festgelegt werden, also entweder ausführlich und vollumfänglich (Full Scope) oder stichprobenartig und oberflächlicher (High Level). Auch der Umfang der Berichterstattung kann zwischen ausführlich (deskriptiver Report) und kurz und risikoorientiert (Red Flag Report) nach Bedarf gestaltet werden.

Folgen für die weitere Transaktion

Durch die beschriebenen Funktionen der DD wird bereits deutlich, dass diese selbstverständlich kein Selbstzweck, sondern von großer Wichtigkeit für die weitere Transaktion ist.

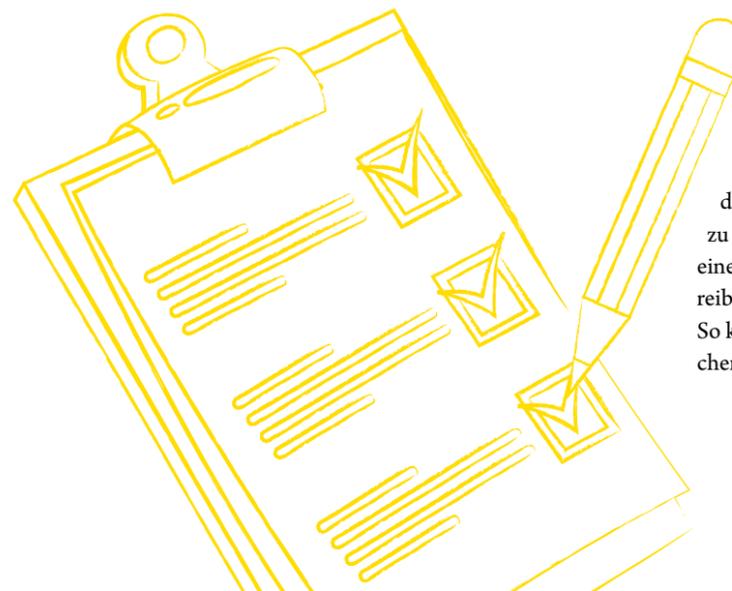
Eine DD schließt stets mit einem von dem oder den verantwortlichen Beratern erstatteten schriftlichen Bericht gemäß dem vereinbarten Berichtsumfang. Die in einem solchen Bericht dargestellten Erkenntnisse aus der Due Diligence fließen sodann in vielfältiger Weise in die weitere Vorbereitung der Transaktion, insbesondere in die weitere Vorbereitung und Verhandlung des Unternehmenskaufvertrages, ein.

In diesem Zusammenhang lassen sich drei wesentliche Kategorien von Erkenntnissen (sog. Findings) aus einer DD unterscheiden:

- Sog. Deal Breaker bezeichnen Risikofaktoren von erheblicher (meist wirtschaftlicher und/oder finanzieller) Bedeutung, die den Käufer dazu bewegen können, von der geplanten Transaktion Abstand zu nehmen oder die angedachte Struktur der Transaktion komplett zu überdenken.
- Kaufpreisrelevante Findings wirken sich demgegenüber auf die Bewertung des zu erwerbenden Unternehmens aus, beispielsweise im Falle finanzieller Risiken, die den Käufer zwar nicht dazu bewegen, von einem Kauf Abstand zu nehmen, die dieser jedoch im zu zahlenden Kaufpreis (mindernd) berücksichtigt wissen möchte.
- Die Findings zur Vertragsgestaltung fließen sodann unmittelbar in die Regelungen des zwischen den Parteien im Regelfall nach Abschluss der DD verhandelten Unternehmenskaufvertrages ein, beispielsweise indem sich der Käufer für bestimmte Themenbereiche ergänzende Garantien des Verkäufers geben lässt oder indem bestimmte Vollzugsbedingungen oder Rücktrittsrechte aufgenommen werden.

Zusammenfassung

Für den Käufer eines Unternehmens ist es angesichts der großen Bedeutung der DD im Hinblick auf den weiteren Ablauf der Transaktion und die Absicherung des Käufers ratsam, die Strukturen und Einsatzmöglichkeiten der DD zu kennen, um diese möglichst effektiv einsetzen zu können. Auch ein Verkäufer sollte mit dem Instrument einer DD vertraut sein, um im Interesse beider Parteien eine reibungslose Durchführung der Transaktion zu ermöglichen. So kann die Chance auf eine gewinnbringende und zukunftssichere Investition erheblich erhöht werden.



Schön grün

Grün, Farbe der Hoffnung, des Wachstums und der Regeneration. Also tun Sie sich etwas Gutes – kaufen Sie grün. Hier unsere Ideen.



ab 390 €

BLAC Fassung

Revolutionäre Designer-Brillen, hergestellt aus Carbonfaser, verstärkt mit Titan.

www.optiko-hamburg.de

Becher Borke, L

Die handgeschliffenen Kristallgläser von Rotter sind Meisterwerke für den Alltag. Der Borke Becher bringt den Wald direkt zum Tisch - die sanften Streifen erinnern an den Stamm eines Baumes.

www.rotter-glas.de



393 €

279 €



CLOSED Chunky Sneakers

Sneakers aus Veloursleder und Nylon-Qualitäten. Mit Klettverschluss und Vibram®-Sohle mit Kontrast-Unterseite.

www.closed.com

36,95 €



Tradition trifft auf Moderne:

Semikolon vereint klassische und avantgardistische Elemente in einem unverwechselbaren Ganzen. Der Einband besteht aus hochwertigem Efallin Papier und Buchleinen. Gefertigt in der eigenen Manufaktur.

www.semikolon.com

130 €



SPONTI-Zwerg

Angelehnt an die Installation „Fliegender Wechsel“ in Seligenstadt im Jahr 1994 wurde der SPONTI-Zwerg von Ottmar Hörl 2006 neu aufgelegt.

www.zimmermann-heimann.de

Dom Pérignon

Vollmundig, dynamisch und ausdrucksstark, ist Dom Pérignon 2010 ein Jahrgang mit starker Persönlichkeit, welcher die kompromisslose Verpflichtung der Maison an die Kraft der Natur repräsentiert.

www.clos19.com



174 €

Ultraschall-Lifting im DERMATOLOGIKUM HAMBURG

Das Ultraschall-Lifting ist eine neue Behandlungsmethode für straffe Haut, die Lifting-Effekte ohne OP ermöglicht.

www.dermatologikum.de

ab 1.500 €

350.000 €



Porsche 964 Turbo 3.6.

Das Fahrzeug ist ein einmaliges Sammlerstück in der Farbe Oakgrün Metallic (Sonderfarbe ab Werk). Innen ebenfalls grün, (auf Kundenwunsch, Sonderleder) 60.000km, deutsches Fahrzeug, Sammlerzustand, zwei Halter, original Speedline-Felgen.

www.davidsportscars.de

Anzeige



HUGO PFOHE

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



Michael Mori

Verkäufer

Telefon:
(040) 500 60 - 511

E-Mail:
m.mori@hugopfohe.de

PLUG-IN HYBRID

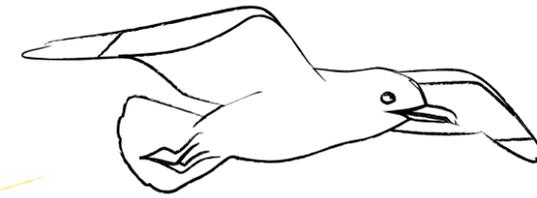
JAGUAR F-PACE P400e

Systemleistung: 297 kW (404 PS)
Drehmomentmaximum: 640 Nm¹
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.**

¹ Benzin- und Elektromotor erreichen ihre Leistungsspitzen bei unterschiedlichen Drehzahlen
** an einer 32-kW-Schnellladesäule – Ladezeiten können variieren

Jaguar Land Rover | Hindenburgstraße 167 | 22297 Hamburg
Hauptsitz: Hugo Pfohe GmbH, Alsterkrugchaussee 355, 22335 Hamburg

www.hugopfohe.de



Sauber im Aufwind

Mit Industrie-Reinigungsmitteln auf Wachstumskurs



Janine Kordes ist seit Oktober 2014 Inhaberin und Geschäftsführerin der SCHULZ Industriereiniger e.K. mit Sitz in Kiel. Das Unternehmen wurde 1996 von ihrem Vater Gerhard H.G. Schulz gegründet. SCHULZ produziert Reinigungsmittel für Gewerbe- und Großküchen, zudem ist ein Fachhandel für Bäckereien angeschlossen. Kordes hat im November 2014 die Kieler Seifen GmbH gegründet, die sich auf hochwertige, ökologische Reinigungsmittel für Privathaushalte spezialisiert hat.

NORDSTORY

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

Wir beschäftigen uns seit 2019 hauptsächlich mit dem Thema Wachstum; insbesondere die breitere Aufstellung im Markt ist hier die Herausforderung. Mein Vater hatte das Unternehmen primär an einem Großabnehmer ausgerichtet; dies möchte ich aufbrechen, um eine größere Unabhängigkeit zu erlangen. Hierzu haben wir eine neue Marke eingeführt und analysieren unser Portfolio hinsichtlich unterschiedlicher weiterer Vertriebskanäle. Mit Kieler Seifen arbeiten wir an der Verfügbarkeit der Produkte im Einzelhandel im gesamten Bundesgebiet.

02 Ökologische Aspekte gewinnen in der Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Wie beeinflusst das die Nachfrage Ihrer Kundschaft und wie gehen Sie als Unternehmerin damit um?

Wir haben unsere Produktion so eingestellt, dass wir möglichst wasserarm herstellen, wir produzieren in Kiel und arbeiten wo es möglich ist, mit Lieferanten aus der Nähe. Wir bemühen uns, auf die ökologischen Ansprüche aus dem Umfeld zu reagieren; im gewerblichen Bereich sind das wenige, im Privatbereich haben wir häufig Anfragen. Hier wägen wir ab, was womöglich nur ein kurzer Trend ist und was wir als (sehr kleines) Industrieunternehmen umsetzen können. Aktuell ist es z.B. die Nachfrage nach Glasflaschen und Nachfüllstationen. Beides lehnen wir ab. Hingegen werden wir sobald es möglich ist, auf Rezyklatgebinde umstellen.

03 Ihr Vater verstarb überraschend. Ungeplant haben sie kurzfristig die Nachfolge angetreten und sind – man könnte sagen – durchgestartet. Was treibt Sie an?

Mein stärkster Antrieb ist der Wille, das Lebenswerk meines Vaters zu erhalten und auszubauen, hinzu kommt natürlich der geheime Wunsch, einmal ein gesundes Unternehmen

an eines (oder beide) meiner Kinder weiterzugeben. Aber auch die Verantwortung meinen Mitarbeitern gegenüber, ihre Arbeitsplätze zu erhalten und vielleicht noch weitere Arbeitsplätze zu schaffen, ist eine starke Motivation. Zuletzt ist anzuführen, dass ich einfach gern Unternehmerin bin und ich mich in dem auslebe, was ich tue, wenngleich die Herstellung von Reinigungsmitteln nicht super cool ist, aber das bringt mich wieder zum ersten Satz meiner Antwort: Ich führe ein Lebenswerk fort.

04 2018 wurden Sie vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie im Rahmen der Initiative FRAUEN unternehmen zur Vorbildunternehmerin ernannt und engagieren sich für die Förderung weiblichen Unternehmertums. Was können Bund und Land tun, um die weibliche Nachfolge zu unterstützen? Welche Hindernisse stellen sich Ihrer Meinung Frauen mehr als Männern?

Die Hindernisse vieler Frauen stecken meiner Meinung nach oft in ihren Köpfen selbst, sie denken „ich kann doch kein/e Kfz-Werkstatt/GaLa-Bau etc. übernehmen, das ist unweiblich.“ Manchmal ist das anerzogen, manchmal kommt das aus dem Inneren der Frauen heraus. Viele wollen lieber typisch weibliche oder neutrale Berufe. Neben der Schaffung von zuverlässiger Kinderbetreuung ist es m.E. die Aufgabe von Bund und Ländern aufzuklären, z.B. durch Kampagnen wie die Vorbildunternehmerinnen. Diese Kampagnen müssen Mädchen und Frauen zeigen, dass sie können, was immer sie wollen! Unternehmerin sein ist cool! Und: Auch wenn die Eltern keinen Betrieb haben, der vererbt werden kann, kann man Nachfolgerin werden.

05 Was schätzen Sie am Norden und seinen Menschen?

Nach fast 20 Jahren in Berlin weiß ich die frische Luft, die Nähe zum Meer und das raue Klima sehr zu schätzen. An den Menschen mag ich besonders die verbindliche und herzliche Art, auch wenn sie manchmal etwas rau um die Ecke kommt.



Unternehmen:
SCHULZ Industriereiniger e.K.

Schwerpunkt:
SCHULZ produziert hochwertige, individuelle Produkte im Bereich Küchenhygiene und Objektreinigung. Der Vertrieb aus dem Werk in Kiel erfolgt an Lebensmittel- und Fachgroßhändler, Einrichter von gewerblichen Küchen sowie weitere gewerbliche Anwender.

Gründung:
1996

Sitz:
Kiel

schulz-industriereiniger.de

„Eco System Restoration ist die Zukunft“

Journalist, Biologe und Umweltaktivist Frank Schweikert (57) im Porträt

Von Falk Röbbelen

Bereits seit 1989 ist der optimistische Vordenker und Netzwerker Unternehmer. Damals investierte er in ein Schiffswrack mehr als eine halbe Mio. DM und schuf daraus innerhalb von zwei Jahren das bis heute einzige fast klimaneutrale Forschungsschiff, die „ALDEBARAN“. Mit ihm wird noch immer Meeresforschung und Bildungs- und Informationsarbeit betrieben – seit nunmehr fast 30 Jahren. Falk Röbbelen hat Schweikert getroffen und seine Ideen festgehalten.



Wenn zurzeit zur „Rettung“ eines sehr kleinen Teils der Bevölkerung die Weltwirtschaft angehalten wird, glaubt Frank Schweikert dann auch, dass zum Schutz der gesamten Menschheit vor der drohenden Klimakatastrophe zukünftig der Geldhahn beliebig aufgedreht wird, fragen wir ihn? Er lacht und zitiert den Klimaforscher Mojib Latif: „Wenn das Klima eine Bank wäre, hätten wir sie längst gerettet.“ Aber er ist kein Zyniker, er ist ein Weltverbesserer im positivsten Sinne. Und wenn er erstmal anfängt zu erzählen, dann hört man schnell die Leidenschaft, mit der er Menschen mit dem Wissen versorgen will, das seiner Meinung nach auf der Straße liegt und das er transparent aufbereitet dorthin transportieren will, wo es gebraucht wird. Unser Wissen verdoppele sich zurzeit circa alle fünf Jahre, und beim Klimawandel und dessen Auswirkungen auf das Meer und damit letztendlich auch auf uns, wird dieses Wissen ganz besonders dringend gebraucht.

Er hofft, dass Corona für uns ein Weckruf in vielerlei Hinsicht ist. Vielleicht erkennen wir: Nur wenn es allen Menschen gut geht, werden wir eine gewisse Zufriedenheit erreichen, nur dann haben wir keine Kriege, keine Flüchtlinge und mehr Sicherheit. Damit ist nicht nur Frieden gemeint, sondern auch die Gesundheit und die Nahrungsversorgung. Und dann begreifen die Menschen vielleicht auch, dass man für einen kurzfristigen günstigen Preis keine Lebensmittel um die halbe Welt schicken darf, sondern mit lokalen Ressourcen unsere Menschen, aber auch unsere Wirtschaft glücklich machen muss.

Das Meer, so sagt er, sei der größte Lebensraum, den wir auf der Erde haben und auch heute ist er noch zu über neunzig Prozent unentdeckt. Aber was wir wissen, ist, dass wir 8-10 Milliarden Menschen ohne die Ozeane nicht ernähren können. Umso erschreckender, dass wir beispielsweise immer noch unseren Plastikmüll dorthin entsorgen, obwohl wir wissen, dass dieser Müll als Mikroplastik über den Kreislauf der Nahrung letztlich wieder bei uns auf dem Teller landet. Zwischenzeitlich haben sich die deutschen Umweltverbände zusammengeschlossen und ein gemeinsames Positionspapier zur Plastikmüllvermeidung verabschiedet (www.exit-plastik.de). Die Gespräche dazu mit der Politik laufen hervorragend und es ist nicht nur ein Problembewusstsein zu erkennen, sondern man möchte politisch auch handeln.

Klar ist, dass wir die Mitverursacher sind. Wir müssen uns bewusst sein, dass wir eben nicht die Recycling-Weltmeister sind, sondern Plastik, das wir legal entsorgen, teilweise im Ausland auftaucht und dort auf illegalen Müllkippen und letztlich im Meer landet. Die Teile, die jetzt schon im Meer sind, kriegen wir nicht mehr raus – das gilt auch für das CO₂ in der Atmosphäre. Es ist jedenfalls deutlich teurer – insbesondere auch für die Generationen die nach uns kommen –, als wenn wir es von vorneherein vermeiden würden.

Ähnliches gilt für die Solarenergie, die günstigste Energieform, die wir weltweit haben. Auch bei uns im Norden: Mecklenburg-Vorpommern versorgt das Land bereits mit über 10% Solarstrom. Jede kWh nicht transportierter Strom spart ca. 2 kWh an Rohenergie ein. Wenn ich also das kW dort erzeuge, wo ich es verbrauche, ist es am effektivsten. Warum also haben wir nicht alle eine Solar- oder Fotovoltaikanlage auf dem Dach oder auf dem Balkon?

Das in Europa größte Klimakommunikationsprojekt, die Hamburger Klimawoche, gibt es seit 2009. Erstmals hat man von der Stadt im letzten Jahr eine Förderung erhalten. 14.000 Euro davon sollen die ehrenamtlichen Klimawochen-Akteure nun als Miete für den Rathausmarkt wieder an den Bezirk Mitte zurückzahlen. Schweikert wünscht sich, dass Hamburg mehr tut, da diese Stadt als eine der ersten ganz hart von dem Klimawandel betroffen sein wird. Wenn die Vorhersagen für den Meeresspiegelanstieg eintreffen, wird Hamburg in wenigen hundert



Jahren in der Form nicht mehr existieren und keine Hochwasserschutzanlage kann das verhindern. Eine Vorreiterrolle Hamburgs müsste im ureigenen Interesse liegen. In der Hafencity werden die Erdgeschosse schon heute sichtbar in 4-5 Metern Höhe geplant – also geht man bereits von erheblichen Hochwasserständen aus, ohne dass politisch gegengesteuert wird. Und der Anstieg des Meeresspiegels wird sogar weitergehen, auch wenn wir heute den CO₂-Ausstoß abrupt stoppen. Wir können ihn aber zumindest verlangsamen.

Corona sei hoffentlich auch ein Weckruf in Bezug darauf, wie wir künftig leben wollen – Stichwort Digitalisierung, Bildung, aber auch Wohnen und Arbeiten.

In China gibt es schon städtebauliche Projekte, in denen ringförmig gebaut werde und die Menschen in der Mitte wohnen, wenige Meter zur Arbeit gehen können und auf der anderen Seite wenige Meter zu attraktiven Freizeitaktivitäten. Auch wir müssen mehr über grundlegend neue Strukturen nachdenken. So gäbe es ein Konzept vom Germanischen Lloyd, den Windstrom, den man nicht effizient an Land bringt, auf dem Meer zu elektrolysieren und daraus Wasserstoff zu machen, damit die Schiffe an den Docking-Stationen leere Tanks gegen volle tauschen.



Die „ALDEBARAN“, die Hamburger Klimawoche, die Meeresstiftung – viele Projekte, die er angestoßen hat. Aber – und dabei leuchten seine Augen – das aktuell wichtigste Projekt ist die gerade beginnende UN Dekade der Ozeanforschung für nachhaltige Entwicklung. Ein Paradigmenwechsel: Wir erforschen nicht das, was Berater des Forschungsministeriums für gut halten, sondern, was die Welt im Rahmen der 17 Nachhaltigkeitsziele der UN braucht.

Wir müssen lernen, dass Rentabilität auch in 25 oder 100 Jahren gerechnet wird, ohne die Umwelt zu zerstören. Und da sieht er auch uns als Familienunternehmer in der Pflicht, die eh schon über längere Zeiträume planen und denen Nachhaltigkeit so viel näher ist. Da sind auch wir gefordert, Politik mit zu gestalten, weil die Weitsicht und die Erfahrung von Familienunternehmern häufig den politisch Handelnden fehlen. Er freut sich über seine Formulierung, so wie er auch Freude an seiner Aufgabe ausstrahlt. Ein Idealist, dessen Antrieb das Meer ist. Was möglich ist, schwärmt er, zeigt Familienunternehmerin Dorothea Sick-Thies mit www.protect-the-planet.de. Ein unternehmerischer Weg, als NGO nachhaltige Projekte im Kampf gegen die Klimakatastrophe anzugehen.

Letztendlich wird nachhaltiges Wirtschaften die überlebende Form des Wirtschaftens sein, denn wenn Handeln darauf anlegt, etwas der Natur zu entnehmen, ohne es zurückzugeben, dann wird diese Wirtschaft, die diesen Stoff braucht, auch irgendwann am Ende sein.



Eco System Restauration ist die Zukunft und das gehöre auch ins Grundgesetz: Ein Verbot, Ressourcen zu nutzen, die nicht in dem Zustand, in dem sie vorgefunden wurden, zurückgegeben werden können. Sein Wunsch ist, dass sich Hamburger Unternehmer zusammenschließen und über gemeinsame nachhaltige Projekte nachdenken. Es gibt Unternehmen, die erzeugen Energie, andere brauchen sie, Dritte hätten ein großes Dach, dass sie zur Energieerzeugung nutzen könnten, das gleiche gilt für Rohstoffe. Er ist sich sicher, dass so ein runder Tisch, eine Kreislaufbörse, viele Synergien bringen würde. Wie kann man solche Ressourcen sinnvoll tauschen? Eine Idee im Rahmen der Klimawoche ist, grüne und Zierflächen in Urban Gardening umzuwandeln. Man schaffe ein gemeinschaftliches Gut, Freude und Bildung.

Er hätte sich gewünscht, dass die Handelskammer das initiiert, leider erfolglos, ebenso wie seine Idee zu Solarzellen auf dem Gebäude der Handelskammer: Abgelehnt aus Denkmalschutzgründen! Was für eine verpasste Signalwirkung. Hier müssen wir neu denken, sonst haben wir schon verloren!

Er empfiehlt den Film „Age of Stupid“, der im Jahre 2055 spielt und zurückschaut und sich fragt, wieso haben sie eigentlich nichts getan, obwohl sie doch alles wussten. Aber Schweikert wird nicht aufgeben, er wird weiterkämpfen und nicht, weil er sich Sorgen um das Meer an sich macht, sondern weil er sich Sorgen um den Menschen macht.



Anzeige

FÜR HAMBURG GIBT ES MEHR ALS 1000 GUTE GRÜNDER.



STEFFEN WÜSTHOF,
LEITER FIRMENKUNDEN

IHR SEID DAS VOLK,
WIR EURE BANK.

 **Hamburger
Volksbank**

„Machen ist
wie Wollen,
nur krasser“

„Lichterglanz und harte Fragen“

Das Livestream-Event „Gesunde Wirtschaft 2021“

Von Gabriela Friedrich



Das größte und bedeutendste Event der Hamburger Familienunternehmer und der Jungen Unternehmer fand im Jahr 2020 digital statt. Am 15. Dezember empfingen die Verbände ihre Online-Zuschauer im weihnachtlich geschmückten Alten Hauptzollamt, das zu diesem Anlass in ein TV-Studio umgewandelt worden war, und wo sie im Rahmen einer Podiumsdiskussion Herausforderungen und Chancen der Wirtschaft in 2021 beleuchteten.

Es war ein Tag vor dem Beginn des harten Lockdown. Magentafarbene Lichteffekte illuminierten CI-gerecht und atmosphärisch die Event-Location in der Speicherstadt. Hier wollten die Verbände ein Zeichen für Mut und Zukunftsorientierung setzen. Eröffnet wurde die fast zweistündige interaktive Veranstaltung mit einem Grußwort des Ersten Bürgermeisters der Hansestadt Hamburg. Dr. Peter Tschentscher sprach der Initiative der Verbände seine Anerkennung aus, denn „eine Krise überwindet man nicht mit Klagen und Depressionen, sondern mit Tatkraft, neuen Ideen und Zuversicht.“

Um Tatkraft und neue Ideen ging es dann auch bei der nachfolgenden, von Clarissa Ahlers-Herzog wirtschaftskompetent und charmant moderierten Podiumsdiskussion.

Die Podiumsgäste:

Dr. Andreas Dressel, Finanzsenator der Freien und Hansestadt Hamburg
Henning Fehrmann, Regionalvorsitzender von DIE FAMILIENUNTERNEHMER
Prof. Dr. med. Siegfried Görg, Direktor des Instituts für Transfusionsmedizin am UKSH
Tim-Alexander Karußeit, hoffmann Dienstleistungen für die werbende Wirtschaft GmbH
Dr. Thomas Wüstefeld, MedSan GmbH

Malte Wettern, Stellv. Regionalvorsitzender von DIE FAMILIENUNTERNEHMER, begleitete in der Funktion des Talkshows bekannten „Side-Kick“ durch den Abend und moderierte, von Weihnachtsdekoration stimmungsvoll umrahmt, die im Live-Chat gestellten Fragen der Zuschauer. Eröffnungsgeschichte der Diskussion war die schlagzeilen-trächtige Entwicklung des ersten Corona-Schnelltests in den Laboren von Dr. Thomas Wüstefeld. Für ihn wirkte Covid-19 wie ein Booster, der die Arbeitsprozesse und damit das Innovationstempo in seinem Unternehmen MedSan massiv transformierte und beschleunigte. Heute gehören seine Schnelltests zu den wichtigsten Covid-Maßnahmen; außer von Polizei, Heimen und Reedereien werden sie auch von Familienunternehmen wie Henning Fehrmann genutzt, um die Firma Coronaviren-frei zu halten. Dr. Wüstefeld hatte klare Vorstellungen davon, was sein Unternehmen braucht, um langfristig erfolgreich bleiben zu können: Er benötigt Flächen und qualifiziertes Personal und wünscht sich generell mehr Made in Germany im Bereich Biotechnologie und Medizintechnik. Das bedeutet für ihn, die Produktion zurück ins Land zu holen und wieder autark zu werden, denn aktuell gibt es mit globalen Lieferketten Probleme bei der Versorgung mit Rohstoffen und Zukaufteilen. Sein Appell an Senator Dr. Dressel:

„Bitte unterstützen Sie uns in der Weiterentwicklung, wir wachsen stark und wollen in Hamburg bleiben!“

Senator Dr. Dressel verwies als möglichen neuen Standort auf die Science City Bahrenfeld, wo Wissenschaft mit Wirtschaft verknüpft wird und Wohnmöglichkeiten angeboten werden sollen. Vorrangig aber skizzierte er in seinem Redebeitrag noch



einmal das Hilfsportfolio insbesondere der Stadt Hamburg und rief dazu auf die Hilfen zu nutzen. Er verwies auf den Stabilisierungsfonds für Unternehmen ab 50 Mitarbeitern, den Corona Recovery Fonds für Unternehmen bis 50 Mitarbeiter und die erweiterten Überbrückungshilfen 3. Später, im Rahmen der Zuschauerfragen auf einen Masterplan der Politik für Wachstum angesprochen, betonte er die Bedeutung der staatlichen Investitionstätigkeit. Er erläuterte das 900 Millionen Euro schwere Zukunftsprogramm der Stadt, das sich auf (Hoch-)Schulbau, Digitalisierung, Mobilitätswende und Klimaschutz konzentrierte und viele Chancen für eine Beteiligung der Wirtschaft und damit für Wachstum böte. Der gebeutelten Wirtschaft durch spürbare Entlastungen oder Deregulierung zu helfen, schloss er aus. Man könne keine Landessteuern senken, bei der Grundsteuer wolle man eine Mehrbelastung im Zaum halten und eine Überregulierung zu verhindern, sei bereits ein Beitrag für Wachstum. Der Möglichkeit eines Verlustvortrags erteilte er eine Absage, dafür habe es im Bund kein Konsens gegeben. Doch gäbe es jetzt Abschreibungserleichterung und eine Verlängerung steuerlicher Hilfen im ersten Quartal 2021.



Henning Fehrmann, Regionalvorsitzender der Hamburger Familienunternehmer und ein vehementer Verfechter von Zukunftstechnologien und unternehmerischem Gestaltungsfreiraum, war mit diesen Aussagen des Finanzsenators nicht zufrieden. Er kritisierte, dass der Staat schon vor Corona wesentliche Investitionen in Hamburg als Innovationsstandort verschlafen habe. Seine Sorge galt zudem den rund 30 Prozent der Familienunternehmer, die laut einer verbandsinternen Umfrage nur noch über Rücklagen für ca. drei Monate verfügten. Viele von ihnen seien durch den Lockdown mit einem Berufsverbot belegt, ohne dass diese Corona-Maßnahme evidenzbasiert sei.

Man habe die Chance in den vergangenen Monaten nicht genutzt, um solide Daten über Infektionsherde zu erheben und eine zielgerichtete Strategie zu erarbeiten.

Sein Ansatz ist, von blinden Allgemeinverboten wegzukommen und sich auf den Schutz der vulnerablen Gruppen zu konzentrieren – bei größtmöglicher Freiheit für den Rest der Bevölkerung. Wie wir mittlerweile wissen, hat sich die Bundesregierung dieser Sichtweise nicht angeschlossen, obwohl sie von zahlreichen hochkarätigen Experten ebenfalls propagiert wurde. Stattdessen wurde eine Verlängerung des Lockdowns beschlossen. Mit desaströsen Konsequenzen für den Einzelhandel, in dem die Insolvenzwellen bereits zu rollen begonnen hat.

Verbandsvorstände und Zuschauer kritisierten im Rahmen der Veranstaltung wiederholt die Verzögerungen bei der Auszahlung staatlicher Hilfen – eine Kritik, der sich Finanzsenator Dr. Dressel zwar anschloss, doch keinen Beitrag zur Verbesserung in Aussicht stellte. Heute müssen wir konstatieren, dass sich die von der Bundesregierung zugesagten Zahlungstermine eher weiter nach hinten verschieben und damit noch mehr Unternehmen unnötigerweise in die Pleite treiben.



Erhellend waren die Informationen von Prof. Dr. med. Siegfried Görg zur Impfung. Er erklärte, die Geschwindigkeit der Entwicklung des Biontech-Impfstoffs und der Studien habe alle überrascht. Im Rahmen der Studie habe man in den USA, Brasilien und der Türkei 40.000 Menschen geimpft, die Hälfte davon mit einem Placebo, und dann drei bis vier Monate abgewartet. Die Hälfte sei dann positiv geworden, bei den Geimpften habe es keine Infektion gegeben, somit läge die Wirksamkeit des Impfstoffs bei über 94 Prozent. Er erwarte Nebenwirkungen zwischen denen von Lebend- und Totimpfstoffen. Prof. Görg prognostizierte eine Zeitdauer von eineinhalb bis zu zwei Jahren, um die gesamte deutsche Bevölkerung zu impfen. Er habe sich bereits im Sommer einen breiten gesellschaftlichen Diskurs darüber gewünscht, wer wann geimpft werden solle. Leider lassen die Beschaffungs- und Organisationsdefizite der Bundesregierung bei den Impfstoffen Professor Görgs zeitliche Prognosen bereits unerreichbar erscheinen. Positiv war jedoch, dass Corona laut Aussage des Mediziners in allen Bereichen wie Behörden, Krankenhäusern, Intensivstationen Blutspenden etc. vieles verändere und erzwungen habe, sich neu zu erfinden. Damit könne man nur zuversichtlich in die Zukunft schauen.



Motivationskönig des Abends war zweifelsohne Tim-Alexander Karußbeit. Der junge Unternehmer hatte nach mehrjähriger Suche eines zur Übernahme geeigneten Unternehmens die Messebaufirma hoffmann gekauft. Kaum war die Tinte seiner Unterschrift unter dem Vertrag trocken, schlug Corona zu und sämtliche Aufträge wurden storniert. Was tun? Das Unternehmen besaß drei Kilometer Messewände. Daraus baute er temporäre Krankenhäuser in Messehallen sowie Corona-Ambulanzen für Tests. Dann war wieder eine völlige Umpositionierung erforderlich. Karußbeit entschied: „Wir müssen jetzt ins Handwerk rein.“ Heute sind seine Messebauer als Berater und Installateure für Mauerentfeuchtungsgeräte im Einsatz oder sie besinnen sich auf die Unternehmenssprünge als Tischlerei und betätigen sich in Möbel- und Ladenbau. So präsentierte sich der junge Unternehmer als Musterbeispiel für alles, was echte Familienunternehmer im Umgang mit widrigen Umständen ausmacht: Courage, Flexibilität und Einfallsreichtum. Dies sahen nicht nur die Verbände und Zuschauer so. Für seinen Kampfgeist hat Tim-Alexander Karußbeit erst kürzlich den Sonderpreis Mutmacher im Unternehmenswettbewerb „KfW Award Gründen“ erhalten.



**Sein inspirierendes Lebensmotto:
„Machen ist wie Wollen, nur krasser!“**

Damit lag er ganz auf Malte Wettens Linie, dessen Anliegen es mit dem Event war, ein Mutmacher-Zeichen zu setzen und positiv in die Zukunft zu schauen. Wir hoffen, dass dies gelungen ist und danken allen Beteiligten, allen Partnern und Supportern für ihre Beiträge, insbesondere Nord Event für die Räumlichkeit und der Greve Projekt Gruppe sowie arentis Veranstaltungstechnik für die konzeptionelle und technische Unterstützung.

Wenn Sie sich die Veranstaltung anschauen möchten, finden Sie hier eine Aufzeichnung des Livestreams:

www.gesundewirtschaft.de

Anzeige

DIE WIRTSCHAFTSKANZLEI MIT DEM PLUS

Unsere Rechtsanwälte setzen sich in allen zivil- und wirtschaftsrechtlichen Themen für den Mittelstand ein

+49 (0) 40 8221822

info@korten-ag.de

Büro Hamburg:
Neuer Wall 44
D-20354 Hamburg

Büro München:
Widenmayerstraße 36
D-80538 München

Büro Göttingen:
Düstere-Eichen-Weg 35
D-37073 Göttingen

K+
KORTEN
RECHTSANWÄLTE AG

Spitzenfrau bei der Hamburger Volksbank

Frauenpower im Vorstandstrio

Von Nathalie Rieck

Seit dem 17. August 2020 verantwortet Rita Herbers als neue Vorständin das Ressort Markt bei der Hamburger Volksbank. Mit Blick auf die angespannte Null-/Negativ-Zins-Lage und die vorherrschende Corona-Pandemie stößt sie in turbulenten Zeiten zu unserem langjährigen Kooperationspartner.



Wie fühlten sich Ihre ersten Arbeitstage bei der Hamburger Volksbank an?

'Turbulente Zeiten' fasst es gut zusammen. Die Situation ist Herausforderung und Chance zugleich. Die Bankenbranche ist in einem starken Veränderungsprozess und wird es auch bleiben. Um sich für die Zukunft gut aufzustellen, ist eine enge Verbindung zu unseren Kunden wichtig. Dabei können wir uns die Megatrends Nachhaltigkeit und Digitalisierung zunutze machen. Voraussetzung hierfür ist ein gutes Team. Und das kann ich nach dem ersten halben Jahr sagen: Die Hamburger Volksbank ist ein starkes Team! Ganz im Sinne einer Genossenschaft: „Was einer allein nicht schafft, das schaffen viele.“

Die Bankenbranche ist im Umbruch und wird durch die Nullzins-Politik der EZB stark herausgefordert. Die Commerzbank, bei der Sie zuletzt Niederlassungsleiterin Firmenkunden in Münster waren und Mitglied der Geschäftsleitung Nord/West, hat kürzlich wesentliche Umstrukturierungen beschlossen. Meinen Sie, dass weitere Kollegen zu ähnlichen Maßnahmen greifen werden? Vage Aussicht, wie sich der Markt in den nächsten Jahren entwickeln wird?

Alle Banken haben eine unterschiedliche Ausgangslage und stellen sich entsprechend unterschiedlich auf die von Ihnen beschriebenen Herausforderungen ein. Wichtiger als der Blick auf die Wettbewerber, ist eine klare Strategie für das eigene Haus. Wir haben uns schon vor Jahren auf den Weg gemacht, eine eigene Strategie zu entwickeln und konsequent umzusetzen, ein Beispiel dafür ist unsere weitere Stärkung der Omnikanalfähigkeit. Dazu gehört zum Beispiel unser Kompetenzzentrum Hamburger Volksbank Di@log. Über diesen Weg sind unsere Kolleginnen und Kollegen von 7-19 Uhr per Telefon, Email, Chat oder Videokonferenz für unsere Kunden da. Mit dem nun stattgefundenen Vorstandswechsel geht natürlich auch eine Nachschärfung der Strategie einher und genau an dem Thema arbeiten wir gerade.

„Die Digitalisierung wird über den Erfolg der Banken entscheiden.“ Das haben Sie in der Pressemitteilung Ihres Hauses vom 26.8.2020 zu Wort gegeben. Mögen Sie uns dazu etwas mehr sagen?

Gerade in Corona-Zeiten haben wir gesehen, wie wichtig Digitalisierung ist. Genauso hat sich aber auch gezeigt, wie wichtig der persönliche Kontakt ist. Die Stärke der regionalen Banken ist sicherlich die persönliche und meist langjährige Kundenverbindung. Für uns geht es darum, den persönlichen Kontakt zu unseren Kunden zu stärken und gleichzeitig den digitalen Kanal anzubieten und unseren Kunden durch Digitalisierung komfortable

Lösungen zu bieten. Wir stellen uns auf die geänderten Kundenwünsche weiterhin ein. Neben Digitalisierung wird Nachhaltigkeit elementar für den künftigen Erfolg sein. Ein Treiber für Banken sind die zukünftigen aufsichtsrechtlichen Anforderungen zum Thema Nachhaltigkeit. Wesentlich wichtiger ist der Wunsch unserer Kunden nach Nachhaltigkeit. Was genau unter Nachhaltigkeit verstanden wird, ist sehr unterschiedlich. Die einen denken an den ökologischen Aspekt, die anderen denken an nachhaltige Ertragskraft. Für uns drückt sich Nachhaltigkeit insbesondere im genossenschaftlichen Prinzip aus. Es liegt in unserer DNA, nachhaltig und langfristig für unsere Kunden und Mitglieder Mehrwerte zu generieren.

Die Frauenquote polarisiert und poppt immer wieder auf. Sie sind die erste Frau an der Spitze der Hamburger Volksbank, in einer Branche die man als Männer-dominiert bezeichnen kann. Wie stehen Sie diesem Thema gegenüber? Braucht unsere Gesellschaft eine Frauenquote?

Das Thema Frauenquote facht immer wieder auf. Es gibt ja gerade eine sehr prominente Initiative zu dem Thema Frauenquote, die von Frauen getrieben wird, bei denen kein Zweifel daran besteht, dass sie ihre Aufgabe hervorragend erfüllen. Wenn es so eine Initiative gibt, gibt es diese also nicht grundlos. Aktuell ist es bei der Besetzung von Positionen vielleicht förderlich, eine Frau zu sein. Auf Dauer reicht das aber nicht aus. Am Ende wird es in der Praxis wichtig sein, die Aufgabe als Person und in den Fähigkeiten gut auszufüllen.

Nachhaltigkeit - elementar für den zukünftigen Erfolg

Rita Herbers - Vorständin der Hamburger Volksbank. Im Laufe ihrer mittlerweile 34-jährigen Bankkarriere hat sie, qualifiziert durch eine Ausbildung als Sparkassenbetriebswirtin und ein Internationales Bankmanagement an der Business School INSEAD in Fontainebleau, verantwortungsvolle Führungspositionen in diversen Bereichen innegehabt, unter anderem als Regional Head Trade Finance & Cash Management Americas, Corporate Clients, in New York. Später war sie Mitglied der Geschäftsleitung Nord/West bei der Commerzbank und wechselte in 2020 zur Volksbank.

Unser Titelthema lautet 'Green Business'. Wie geht eine Genossenschaftsbank mit diesem Thema um?

Das Thema Nachhaltigkeit ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen und damit auch bei unseren Mitgliedern und Kunden. Das ist für uns Chance und Verpflichtung zugleich. Seit unserer Entstehung vor 160 Jahren, wir haben Jubiläumsjahr, verbinden wir wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlich nachhaltigem Handeln. Dazu gehört selbstverständlich auch der ökologische Aspekt. Beispielsweise beraten wir, wenn es bei unseren Firmenkunden um Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen geht, zu entsprechenden KfW-Förderprogrammen. Dass Nachhaltigkeit gefragt ist, zeigt sich ebenso an nachhaltigen Produkten im Wertpapierbereich. Wir stellen uns also zum einen auf die Kundenwünsche ein. Zum anderen beschäftigen wir uns als Unternehmen ebenfalls intensiv mit dem Thema. Ein Beispiel: Es ist unser Ziel papierlos zu werden. Ich könnte noch zahlreiche weitere Beispiele nennen. Also auch als Unternehmen haben wir uns auf den Weg gemacht.

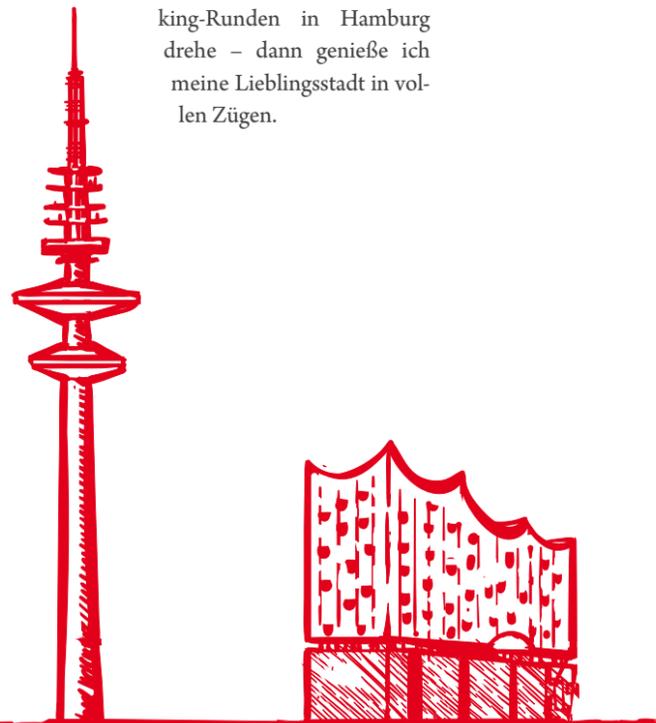
Sie kehren zurück in Ihre Lieblingsstadt, haben Sie im August gesagt. Was an Hamburg macht die Hansestadt zu Ihrer Lieblingsstadt?

Zum einen sind es natürlich die Menschen. Ich mag und schätze die norddeutsche Mentalität sehr. Zugleich ist Hamburg ein Anziehungspunkt für viele verschiedene Menschen, Kulturen und Nationen. Die Vielfalt macht es für mich spannend. Die Lebensqualität ist in Hamburg in vielerlei Hinsicht hoch, dazu gehört für mich das umfangreiche Kultur-, Sport-, und Bildungsangebot. Ich bin einige Male in meinem Leben umgezogen. Meine Wurzeln sind in Norddeutschland ... und nun bin ich wieder hier, in der Nähe von Freunden und Familie.

Nachhaltigkeit ist auch bei Wertpapieren gefragt.

Hamburg als Lieblingsstadt teilen Sie sicher mit einigen unserer Verbandsmitglieder. Mögen Sie uns abschließend noch ein bisschen über den Mensch Rita Herbers erzählen, den wir hoffentlich bald persönlich kennen lernen werden?

Ich bin ein entdeckungsfreudiger Mensch. Entdeckungsfreude drückt sich vor allem darin aus, neue Menschen und Kulturen kennenzulernen. Für mich zählt der persönliche Austausch, das Miteinander. Insofern freue ich mich auf die Zeit, wenn es wieder möglich ist, sich ungezwungen mit Freunden, mit der Familien, mit Bekannten und mit Geschäftspartnern zu treffen und schöne gemeinsame Stunden zu verbringen... und irgendwann wieder frei reisen zu können. Bis dahin heißt es, das Beste aus der Situation zu machen: Ich lasse meinen Gedanken und Zukunftsideen freien Lauf, wenn ich Walking-Runden in Hamburg drehe – dann genieße ich meine Lieblingsstadt in vollen Zügen.



monitor | G5
powered by 5 CUBE.digital

WAS SIE VOR DER AUSWAHL EINES ERP-SYSTEMS WISSEN MÜSSEN

Die fünf wichtigsten Dinge, an die Sie bei der Auswahl eines ERP-Systems für Ihr Unternehmen denken sollten:

- 1 Ihr neues ERP-System muss über gute Lösungen für Ihre Schwächen verfügen. Stellen Sie sicher, dass dieses Ihre Stärken verbessern kann.
- 2 Setzen Sie sich konkrete Ziele für die Einführung Ihres ERP-Systems. Was wollen Sie mit Ihrem neuen ERP-System erreichen?
- 3 Das ERP-System muss Ihre Branche als Zielgruppe haben. Daraus ergibt sich kein oder nur geringer Anpassungsbedarf. So bleibt Ihr ERP-System in Zukunft wirtschaftlich, lässt sich einfach erweitern und ist stets up-to-date.
- 4 Das Implementierungsteam ist genauso wichtig wie das System selbst. Es muss Ihr Unternehmen, Ihre Bedürfnisse und Ihre Visionen verstehen.
- 5 Denken Sie langfristig. Ihr ERP-Anbieter muss das Produkt gleichermaßen weiterentwickeln, wie Sie Ihr Unternehmen.

Was hebt das ERP-System Monitor G5 vom Wettbewerb ab?

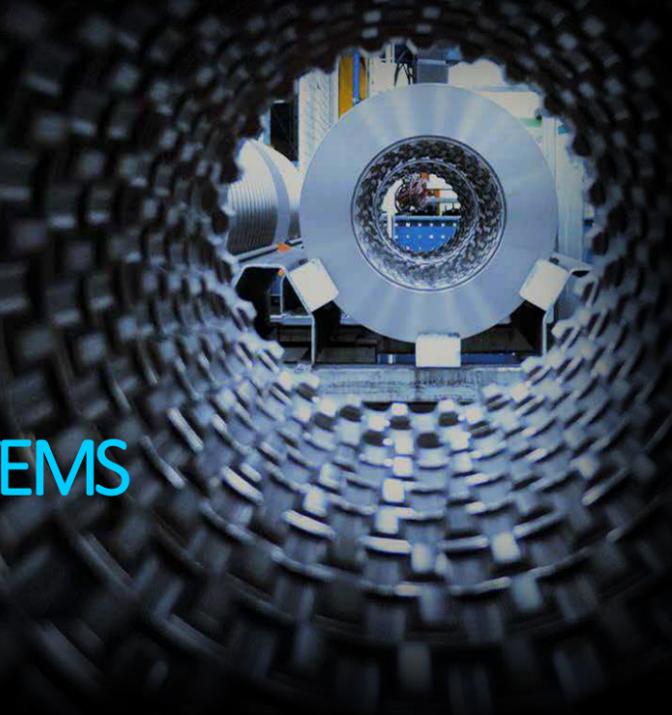
Wir sind zu 100 % auf die Fertigungsindustrie fokussiert und das schon seit Anfang 1974. Das bedeutet, dass unser Produkt über eine extrem breite und tiefe Funktionsvielfalt verfügt, um den Bedarf verschiedenster Fertigungsunternehmen abzudecken. Wir haben fast 5.000 Kunden, die das gleiche Standardsystem verwenden. Das macht MONITOR schnell und einfach zu implementieren und zu betreuen.

Digitalisierung beginnt mit einem Gespräch!

5 CUBE.digital

5CUBE.digital GmbH - Hellgrundweg 111 - 22525 Hamburg

☎ 040 / 22 85 238 – 38 ✉ monitor@5-cube.de 🌐 <https://5cube.digital>



Eco Luxury für die Zellen

Grüne Energie, die fit und schön macht

Von Frederike Schmidt



Das Geheimnis von Wohlbefinden und strahlendem Aussehen beginnt im Innern! Mit der Marke Ogaenics haben die Ernährungskoaches Suse Leifer und Claudia Seehusen, Gründerinnen der Hamburger Firma Novel Nutriology, eine Kollektion von preisgekrönten Bio-Nahrungsergänzungsmitteln geschaffen.



**Vegan, biologisch,
wirkungsvoll**

Die Welt der Nahrungsergänzungsmittel ist bunt geworden. Und dass die Marke Ogaenics einen großen Anteil daran hat, verwundert kaum, wenn man deren Gründerinnen Suse Leifer und Claudia Seehusen gegenübersteht. Was die beiden Ernährungskoaches ausstrahlen, ist eine geballte Ladung positiver Energie und eine ansteckende Begeisterung für das, was sie seit 2015 gemeinsam tun. Als Pioniere auf zunehmend hart umkämpftem Terrain revolutionieren die Hamburgerinnen den Markt der Vitaminpräparate – mit einer klaren Mission und unverkennbarem Stil.

„Green Energy“, „Calm & Lama“ oder „Beauty Fuel“ steht auf den Labels, die in allen Farben des Regenbogens braune Apothekergläser zieren. In den hellen Büroräumen unweit der Alster stehen diese hier und da in kleinen Grüppchen auf den Schreibtischen des Ogaenics-Teams. Was sich darin verbirgt? Hochdosierte Vitamine und Nährstoffe in 100 Prozent Bio-Qualität. Sorgsam und oftmals über Monate ausgetüfelte Rezepturen aus Extrakten von Früchten, Gemüse und Pflanzen, die alle auch für Veganer geeignet sind. „Seit Gründung von Ogaenics verwenden wir ausschließlich natürliche, aktive Inhaltsstoffe höchster Bio-Qualität, deren Wirkung konsequent in wissenschaftlichen Studien nachgewiesen wurden“, sagt Suse Leifer. Eine Kompromisslosigkeit, auf die sie stolz ist. Und das wohl zu Recht, wenn man einen Blick in die Regale mit herkömmlichen Nahrungsergänzungsmitteln wirft: Die meisten davon verwenden überwiegend synthetische Vitamine und Mineralstoffe. „Nährstoffe aus echten, pflanzlichen Lebensmitteln sind deutlich überlegen, weil der Körper sie sofort als Nahrungsmittel erkennt und besser verwerten kann“, erklärt Claudia Seehusen.

„Die Einnahme von Ogaenics ist mit dem Verzehr hochwertiger Bio-Lebensmittel zu vergleichen – allerdings in einer viel konzentrierteren Form.“

Mittlerweile gehören mehr als 20 verschiedene Supplements zur Ogaenics-Familie, fein abgestimmt auf ganz unterschiedliche Bedürfnisse und alle darauf ausgelegt, dem Körper auf ganzheitliche Weise etwas Gutes zu tun. Das stetig gewachsene Sortiment ist nicht nur im eigenen Online-Shop, sondern auch in Parfümerien und Luxus-Kaufhäusern sowie in ausgewählten Apotheken und Spas erhältlich. Längst hat sich die Supplementierung von Vitaminen und Nährstoffen zu einem Lifestyle-Thema entwickelt. „Wir waren die ersten, die die Parfümerie als Vertriebskanal entdeckt haben“, sagt Suse Leifer. „Unsere Produkte sind nicht nur zu 100% natürlich, sondern bewirken auch spürbare und sichtbare Veränderungen.“ „Beauty from within“ heißt so auch der Trend, bei dessen Etablierung das Hamburger Start-up eine entscheidende Rolle gespielt hat.

„Dauerstress, Druck im Job, Schlafmangel – wir leben in einer Gesellschaft, in der es immer schwieriger wird, die richtige Balance zu finden“, sagt Suse Leifer. Wie wichtig es ist, dem Körper die Aufmerksamkeit zu schenken, die er verdient und irgendwann auch einfordert, wissen die Unternehmerinnen nur zu gut. Als die erfolgreichen Geschäftsfrauen beruflich zusammenfanden, erholte sich die eine gerade von einer schweren Erkrankung und die andere spürte – viel zu früh – erste Anzeichen der Wechseljahre. Mit viel Leidenschaft für das Thema Ernährung absolvierten beide eine Ausbildung zum Nutrition Coach und gründeten schließlich die eigene Firma „Novel Nutriology“. Deren selbst gestecktes Ziel scheint aktueller denn je:

Unternehmen:
Ogaenics®

Schwerpunkt:
Seit 2016 ist Ogaenics® die einzige Supplement-Marke im Luxus- und Lifestyle-Segment, die 100% natürlich, bio und vegan ist. Alle Zutaten verfügen über eine wissenschaftlich nachgewiesene Wirkung. Die exklusive Kollektion aus zwanzig hochwirksamen Nahrungsergänzungen aus der Natur ist in führenden Parfümerien, bei Douglas sowie in Luxus-Kaufhäusern wie dem KaDeWe und Spas in Europa, Asien und Australien vertreten.

Gründung:
2015

Sitz:
Hamburg

Mitarbeiterzahl:
5

ogaenics.com



german
brand
award
19
winner

„Die Corona-Zeit hat in besonderer Weise gezeigt, wie wichtig es ist, die eigenen Nährstoffreserven aufzufüllen. Ein stressiger Lebensstil geht oft Hand in Hand mit hohen Cortisol-Werten, die stark entzündungsfördernd sein können“, sagt Claudia Seehusen.

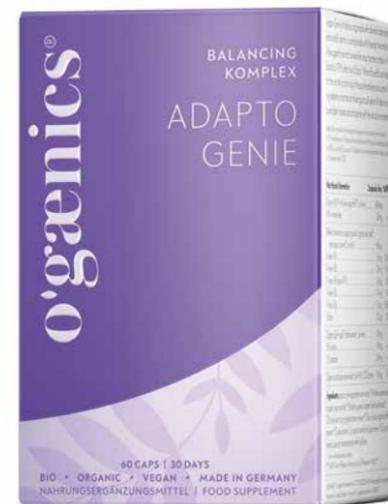
Eingehend hat sie sich beschäftigt mit der Pflanzen-Power von Algen, Amla oder Ashwagandha – mittlerweile bewährte Ingredienzen aus „Calm A Lama“, „Healthy Kick“ oder „Adapto Genie“. Eine Kapsel pro Tag soll dabei helfen, das Energie-Level zu heben und das Wohlbefinden zu steigern. „Daneben schwören wir auf Atemübungen und natürlich regelmäßige Bewegung in der Natur. Am besten mit lieben Menschen“, sagt Suse Leifer, selbst sehr kommunikativ. Sie schätzt den direkten Kontakt zu den Kunden, die meisten davon sind weiblich. Und so ist der Kundenservice Chefsache bei Ogaenics. Wer sich mit einer speziellen Frage meldet, erreicht die Ernährungscoaches persönlich.

Zum hohen Anspruch, den das Duo an seine Produkte hat, gehört auch das Thema Nachhaltigkeit. Verarbeitet werden ausschließlich zertifizierte pflanzliche Rohstoffe aus kontrolliert biologischem Anbau. „Alle Rohstoffe stammen von Lieferanten, die wir persönlich kennen und denen wir vertrauen“, sagt Claudia Seehusen. Dass sowohl das Apothekerglas als auch die Schutzkartonagen recyclingfähig sind, ist für das Team selbstverständlich. Seit 2015 spendet Novel Nutriology überdies ein Prozent vom Verkaufspreis jedes Ogaenics-Produktes an die mehrfach ausgezeichnete amerikanische Hilfsorganisation Vitamin Angels, die jährlich 70 Millionen Mütter und Kinder in 70 Ländern unterstützt. Mit diesem nachhaltigen Konzept wurde die Marke 2019 bei den German Brand Awards in den zwei Kategorien „Excellent Brands – Beauty & Care“ und „Excellent Brands – Newcomer Brand of the Year“ ausgezeichnet.



Claudia Seehusen, Ogaenics Co-Founder und Nutrition-Coach

Bei allem Engagement – auch am Hamburger Unternehmen sind die Auswirkungen der Pandemie nicht spurlos vorbeigegangen. Lockdowns in wichtigen Märkten wie Hongkong führten zunächst zu Umsatzeinbußen. Dazu kamen Lieferengpässe bei den oftmals begrenzten Pflanzenrohstoffen, von denen viele traditionell in Indien gedeihen. Man reagierte prompt, indem größere Mengen eingekauft wurden, um künftig besser für Engpässe gerüstet zu sein.



„Insgesamt profitieren wir glücklicherweise von dem durch Corona gestiegenen Gesundheitsinteresse“, freut sich Suse Leifer. „Es gibt nun auch hierzulande mehr Menschen, die bereit sind, ihr Wohlbefinden selbst in die Hand zu nehmen und in sich zu investieren.“ Eine Entwicklung, die etwa in den USA schon vor Jahren begonnen habe.

Folgerichtig, dass die Zahl der Mitbewerber auf dem deutschen Markt mittlerweile rasant wächst. Ogaenics arbeitet derzeit gezielt an der eigenen Internationalisierung. Zudem soll das Angebot weiter ausgebaut werden. „Wir haben auch abseits der Nahrungsergänzung einige tolle Produktideen, die wir uns als Wachstumsfeld vorstellen können“, verraten die Unternehmerinnen. An Energie mangelt es jedenfalls nicht. Und dass beide Frauen selbst meist vier bis fünf ihrer treuen Begleiter in die tägliche Routine einbauen, versteht sich von selbst. Suse Leifer und Claudia Seehusen lieben nicht nur den Lifestyle, den ihre Marke verkörpert. Sie leben ihn auch.



Suse Leifer, Ogaenics Co-Founder und Nutrition-Coach

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



Fa(I)ke News

Von Falk Röbbelen

Wir schreiben das Jahr 2025. Es ist Spätsommer.

Regelmäßig wiederkehrende sogenannte tropische Nächte mit Temperaturen über 20 Grad und drei länger anhaltende Hitzewellen steigern die Mortalität in Deutschland. Waren es im Sommer 2015 noch 6.100 sogenannte Hitzetote u.a. durch Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Herzinfarkt und Nierenversagen, sind es in diesem Jahr bereits über 15.000 Todesfälle.

Steigende Temperaturen und stärkere Sonneneinstrahlung in Verbindung mit niedrigen Fließgeschwindigkeiten bei Niedrigwasser führen zu geringerem Sauerstoffgehalt in Oberflächengewässern und damit zu Fischsterben und Algenwachstum. Die dadurch entstehenden Toxine lösen vermehrt tödliche Vergiftungen auch bei Menschen aus.

Der heftige Anstieg von Extremwetterlagen wie Hitzeereignisse, Stürme oder Starkniederschläge, Hochwasser, Lawinenabgänge oder Erdbeben hat in den letzten fünf Jahren zu einer Verzehnfachung tödlicher Unfälle geführt. Andere dadurch ausgelöste gesundheitliche Belastungen wie Stress, psychische Störungen, Angstzustände oder Depressionen haben sich ebenfalls vervielfacht.

Die Ernteeinbußen und Einbußen in der Milch- und Fleischwirtschaft um bis zu 45% führen zu erheblichen Versorgungsgapsen und damit zu Fehlernährung. Ein eklatanter Anstieg der Säuglingssterblichkeit ist besorgniserregend.

Ganz Deutschland ist bereits Risikogebiet für Überträger von Krankheitserregern. Die Todesfälle durch Borreliose (Zecken), Hantaviren (Rötmäuse), das West-Nil- oder das Dengue-Fieber (Mücken) sind explodiert.

Durch außer Kontrolle geratene Flächenbrände, ausgelöst durch Hitzewellen in Verbindung mit ausgeprägter Trockenheit, sind in diesem Jahr bereits über 2.000 Menschen tödlich verunglückt.

Die Mortalitätsliste lässt sich fortführen und Deutschland ist deutlich geringer betroffen als andere Länder. Noch!

Die seit 2008 verfolgte deutsche Anpassungsstrategie hat versagt, die Klimawirkungs- und Vulnerabilitätsanalyse prognostiziert bereits für das kommende Jahr verheerende Auswirkungen.

Die Ministerpräsidentenkonferenz (MPK) unter Führung des Kanzlers hat unter Berufung auf das Umweltschutzgesetz und nach Anhörung der Expertise des Umweltbundesamtes sowie der wissenschaftlichen Beratung der Umweltverbände den Umweltnotstand ausgerufen. Die zögerlichen Stimmen der Opposition wurden als amoralisch und misanthropisch abgetan. Die notwendigen Grundrechtseingriffe seien verhältnismäßig und damit auch rechtlich nicht zu beanstanden. Auch sonst hält sich die Kritik in Grenzen, abgesehen von dem einen oder anderen ewiggestrigen Freiheitsdenker.

Das Tragen eines Mundnasenschutzes beim Verlassen von geschlossenen Räumen ist Pflicht. Ab sofort ist die Nutzung von KFZ, die keinen abgasfreien Antrieb nutzen, verboten, der Flugverkehr wird bis auf weiteres eingestellt und alle Oberflächengewässer sind gesperrt. Um sofort weiteren CO2 Ausstoß zu verhindern, wurden die Kohlekraftwerke bereits vom Netz genommen und die Industrieproduktion wird für zunächst vier Wochen eingestellt.

Das Kanzleramt geht davon aus, dass Auswirkungen auf die Gesundheit der Bevölkerung und damit auch auf die Mortalität sich zudem nur durch einen monatelangen strengen Lockdown mit einer Ausgangssperre beheben lassen ...

In diesem Sinne: Bleiben Sie kritisch und bleiben Sie neugierig!

Wirtschaftskompetenz 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

ATELIERGESPRÄCH

Früchte und Tiere statt Politik

Atelierviewing mit Karin Kneffel



Zuerst malte sie gegen die Dominanz der Männer an, dann wurde Karin Kneffel selbst ein Kunststar. Ihre riesigen Gemälde von Früchten sind auch bei Sammlern in den USA außerordentlich begehrt. Heute zählt die Düsseldorferin zu den namhaftesten und erfolgreichsten deutschen Malerinnen.

Aus dem Ruhrgebiet stammend, beschäftigte sich Kneffel zu Beginn ihrer Karriere mit der Nachkriegsarchitektur ihrer Heimat. Ihre Meisterschülerschaft bei Gerhard Richter führte sie zu neuen Techniken und Sujets, wie beispielsweise Tierporträts und Früchtebildern, die ihr früh zu internationaler Bekanntheit verhalfen. Als Professorin an der Münchner Kunstakademie ist sie – gemessen an der hohen Zahl ihrer zwischenzeitlich in Sammlerkreisen als Geheimtipps gehandelten Schüler – extrem erfolgreich. Dennoch kommt sie, anders als viele ihrer Malerkollegen, ohne Allüren und große Gesten aus. Das Atelierviewing führten Dr. Anke Brack von der NZZ und Rene S. Spiegelberger im November 2020 mit der Künstlerin.

Frau Kneffel, Sie mögen keinen Besuch im Atelier. Warum?

Das Atelier ist ein sehr privater Ort für mich, an dem ich ungestört meine Arbeit machen und unbehelligt Dinge ausprobieren kann. Ich male, um herauszufinden, was ich denke. Da stören mich in bestimmten Arbeitsphasen die Gedanken anderer, vor allem wenn ich gerade im Bild in fragilem Gelände unterwegs bin. Selbst eine Bemerkung oder ein Blick kann da schon zu viel sein. Aber ich arbeite mit Galerien zusammen, in deren Ausstellungsräumen man meine Bilder sehen kann; dort ist mein Schaufenster. Da gerade eine Werkreihe für meine kommende Ausstellung in der Galerie Dirimart in Istanbul abgeschlossen ist, ist jetzt ein guter Moment, um Besuch zu empfangen.

Sind Sie als etablierte Künstlerin denn wirklich noch beeinflussbar?

Beeinflussbar ist das falsche Wort, aber natürlich nehme ich die Gegebenheiten und Stimmungen um mich herum wahr und reagiere darauf. In bestimmten Phasen, vor allem, wenn eine Idee konkreter wird, tausche ich mich darüber aus und natürlich auch, wenn die Bilder fertig sind. Und irgendwann kommen dann auch noch Rückmeldungen von Ausstellungsbesuchern, Galeristen, Kuratoren oder Sammlern dazu. Aber wenn die Kohlezeichnung auf der Leinwand gemacht ist, möchte ich ungestört sein. Da steht für mich die Kommunikation mit dem Bild im Vordergrund. Dieses sagt mir, ob die Idee tragfähig ist, ob ich mich habe täuschen lassen, ob die Umsetzung mich überfordert oder ein handwerkliches Problem zu sehr in den Vordergrund gerät und etwas verändert werden muss.



Vor dreißig Jahren haben Sie sich von ihrem Umfeld wenig beeinflussen lassen. Sie malten Tierköpfe. Darüber schüttelten vermutlich viele den Kopf. Wie hält man das durch?

Weil man nicht anders kann. Ich hatte einfach das Gefühl, das hat mit mir zu tun. Und ich hatte die Hoffnung, dass irgendetwas draus entstehen könnte. Eine Künstlerin muss ein Schwamm sein, der alles aufsaugt.

Warum malten Sie gerade Früchte und Tiere, als andere politische Bilder machten?

Zu Beginn meines Kunststudiums Anfang der achtziger Jahre war Joseph Beuys an der Düsseldorfer Akademie zwar schon entlassen, aber immer noch eine spürbare Größe. Sein Ausspruch „Der Fehler fängt schon an, wenn sich einer anschickt, Keilrahmen und Leinwand zu kaufen“ hallte immer noch nach, und gleichzeitig standen in der Malerei die Neuen Wilden im Fokus, die das Malen als weitgehend unmittelbaren und spontanen Prozess der Bildfindung verstanden. Ich wollte aus einer grundsätzlich anderen Denkweise dieser Malwelt entgehen und trotzdem malen. Das führte erst einmal zu großer Frustration und Ratlosigkeit. Ich musste mir die Voraussetzungen dafür schaffen, Malerei auf einer breiteren Ebene diskutieren zu können. Als Malerin schaut man ja auf eine lange Tradition zurück, und da schienen mir Themen wie Porträt, Stilleben oder Feuer geeignet, mich mit Fragen zu Realität und Realismus zu beschäftigen. Wie zeigt sich ein Bild selbst als Bild? Was ist mit der Schönheit?

Was haben Sie dann gemalt?

Ich hatte damals großartige kleine Landschaftsaquarelle von Albrecht Dürer gesehen und dachte, Aquarelle könnten das geeignete Mittel zur Darstellung meiner Früchte sein.



Diese Technik reizte mich, obwohl ihr der Vorwurf des Dilettantismus und der Hobbymalerei anhaftete. Ich hatte über aquarellierende junge Frauen in Reifröcken gelesen und über die Londoner Aquarell-Society, die jeden aus ihren Reihen verbannte, der mit deckenden Farben arbeitete. Selbst William Turner durfte deshalb nicht beitreten, obwohl er auf dem Gebiet Großes leistete. Ich erinnerte mich auch an den Ausspruch meines ehemaligen Kunsterziehers: „Aquarell geht schnell.“ Bei mir geht gar nichts schnell, ich mag für meine Bilder keine fließenden Farben und hohe Stellen im Bild gern deckend mit weißer Farbe: Also war das Aquarell genau die richtige Technik für mich. Später schienen mir dann sehr große Leinwände für die Früchte noch besser geeignet, weil ich dadurch die Besonderheiten einer gemalten Darstellung gegenüber der Wirklichkeit verstärken konnte.



Kann man also sagen, dass Sie sich dem Mainstream verweigert haben?

Verweigerung trifft es nicht. Ich wollte mich auf meine Weise mit Malerei beschäftigen. Mich interessierte und interessiert die Arbeit meiner Kolleginnen sehr. Aber jeder sucht seine eigenen Fragen. Damals fand man an den Akademien kaum weibliche Vorbilder, die Malerei war hauptsächlich eine Domäne der Männer. Viele meiner Kolleginnen fühlten sich in der Fotografie, der Performance oder den Neuen Medien heimischer.

Es heißt: „Man fängt an zu begehren, was man täglich sieht.“ Malen Sie vor allem Dinge, die Sie gut kennen?

Diesen Satz sagt Hannibal Lecter in dem Film ‚Das Schweigen der Lämmer‘ zu Jodie Foster! Ein unangenehmer Moment. Aber ja, manchmal interessiert mich das Nächstbeste. Aber nicht, weil ich es so gut kenne, sondern, im Gegenteil, weil es immer fremder und mysteriöser wird, je länger ich mich damit beschäftige und versuche, mir ein Bild davon zu machen. Wir können kein Ding so sehen, wie es ist, wir sehen immer die Vorstellung, die wir von den Dingen haben.

In einer Ausstellung, die Sie 2009 in Krefeld gezeigt haben, sieht man die Dinge stets durch eine Scheibe oder einen Spiegel. Ist diese Distanz der eigentliche künstlerische Aspekt Ihres Werkes? Indem ich als Betrachter neben Ihnen stehe und dann Ihren Blick einnehme?

Sie stehen ja im Normalfall zum Glück nicht neben mir, wenn Sie meine Bilder betrachten. Mein Blick als Urheberin des Bildes ist ein ganz anderer als der Ihre. Die Kommunikation sollte zwischen Ihnen und dem Bild stattfinden, da bin ich raus. Es ist ja auch nur scheinbar der Blick durch ein Fenster. Wir sehen so nicht. Wenn man in der Realität Tropfen an einer Scheibe

anschaut, sieht man sie scharf. Das, was dahinter ist, verschwimmt. Wenn Sie aber den Raum hinter einer verregneten Scheibe betrachten, werden die Tropfen im Vordergrund normalerweise unscharf. Dieser fokussierte Blick ist in meinen Bildern ausgeschaltet. Alles findet auf einer Ebene statt, und man sieht alles gleichzeitig. Für mich entsteht dabei in gewisser Weise eine Ebene des Imaginären, in der ich Gegenwart und Geschichte verschmelzen lassen kann. Ich versuche, Wirklichkeit darzustellen und gleichzeitig in der künstlerischen Darstellung zu distanzieren und damit zu transformieren. Dadurch werden Sie als Betrachterin in gewisser Weise auch auf Distanz gehalten. Das ist mir recht.

Sie nehmen gerne die Rolle der Beobachterin ein. Steckt dahinter Voyeurismus?

Wenn man als Betrachter in einen unbekanntem Raum schaut und dann noch durch ein imaginäres Fenster, schwingt immer etwas Heimliches, Verbotenes, Voyeuristisches mit. Da ich aber in den Bildern meistens auf die Darstellung von Menschen verzichte, lädt sich die Phantasie an den Interieurs selbst auf. Man wandert zwischen Zeiten, Erinnerungen und Vorstellungen, und alles ist miteinander verwoben.

Gehen wir oft zu sehr mit dem Kopf an Bilder heran und erkennen die wahre Schönheit von Dingen nicht mehr?

Die wahre Schönheit – eine schwierige Begrifflichkeit. Schon im Mittelalter sprach man von Schönheit als dem Glanz der Wahrheit. Was wäre dann unwahre Schönheit? Mir gefiel immer Kants Definition vom ‚interesselosen Wohlgefallen‘. Ich würde mich freuen, wenn Menschen beim Betrachten meiner Bilder auch ihren Kopf benutzen. Schönheit wäre dann ein Urteil des Verstandes! Ich habe festgestellt, dass mich selbst Bilder oft nachhaltiger beschäftigen, die mir nicht direkt auf Anhieb ins Auge springen, sondern erst auf den zweiten Blick. Bilder, die es mir schwerer machen, halten oft länger.

Alte Bilder wiederzusehen, sei für Sie wie alte Freunde zu treffen, haben Sie einmal gesagt. Welche Fragen stellen Sie alten Freunden?

Erst fremdelt man ein bisschen, dann schaut man etwas genauer hin, um herauszufinden, wie es dem Gegenüber in den letzten Jahren ergangen ist. So geht es mir auch mit meinen alten, lange nicht gesehenen Bildern. Ich schaue, ob sie gut behandelt wurden, wie sie sich gehalten haben, ob sie Runzeln oder Schwundrisse bekommen haben. Dann freut man sich, wenn man sich noch etwas zu sagen hat, wie bei alten Bekannten. Meine Bilder haben sich gut gehalten, besser als ich. Meine Maltechnik scheint ganz gut zu funktionieren.

"Meine Bilder haben sich gut gehalten."



Dr. Anke Brack (Mitte) und Rene S. Spiegelberger beim Atelierbesuch



Das vollständige Interview finden Sie auf spiegelberger-stiftung.de. Karin Knöffels Werke sind in Deutschland unter anderem erhältlich über die Galerien www.ludorff.com sowie www.galerie-schoettle.de. Weitere Informationen über die Künstlerin erhalten Sie direkt unter www.kneffel.de oder auf Instagram unter [karin.kneffel.art](https://www.instagram.com/karin.kneffel.art)

Machen ist besser als wollen

Bei SeaReenergy arbeiten alle für die Energiewende

Anpacken, umsetzen, machen: So gelingt die Energiewende. Das wissen auch die über 50 festangestellten Beschäftigten der SeaReenergy Offshore Holding GmbH & Cie. KG und tun genau das. „Mit Topleistung einen aktiven Beitrag zur Energiewende zu leisten, ist für uns jeden Tag ein Anreiz“, erklärt Natalia Kress, die als General Manager zusammen mit einem weiteren Prokuristen Johann Philipp und dem Managing Director Dr. Benjamin Vordemfelde das operative Geschäft von SeaReenergy verantwortet.



Die SeaReenergy Offshore Holding GmbH & Cie. KG mit Sitz am Hamburger Alsterufer hat ihre Wurzeln in der bekannten Hamburger Traditionsreederei Rickmers. Deren Inhaber Bertram Rickmers und Jan B. Steffens hatten im Jahr 2010 die Idee, das umfangreiche Know-how aus der Schifffahrt für das zukunftsweisende Geschäftsfeld der Erneuerbaren Energien zu nutzen. Das Ergebnis: Sie gründeten SeaReenergy als unabhängigen Dienstleister für die Offshore-Wind-Industrie – ein wichtiger und richtiger Schritt. Denn sie leisteten damit in Deutschland Pionierarbeit. Schließlich existierten die dafür benötigte Logistik, die Prozesse und die Lösungen damals kaum. Das hat sich mittlerweile geändert. Auch dank SeaReenergy. Das Unternehmen kümmert sich von den Standorten Hamburg, Den Haag und Limassol aus um die Planung, die Installation, den Betrieb und die Instandhaltung von Windparks sowie Umspannstationen auf hoher See. Was

im Gründungsjahr 2010 noch eine ambitionierte Idee mit unsicheren Zukunftsaussichten war, hat sich mittlerweile zu einem stark nachgefragten Geschäftsfeld entwickelt. Erneuerbare Energien sind längst ein eigener Wirtschaftszweig, die dafür benötigten, teils sehr spezifischen Ingenieurs- und Sicherheitsdienstleistungen auf hoher See können aber nur wenige Player aus einer Hand im Markt anbieten. Die Branche der Erneuerbaren Energien wächst, SeaReenergy ebenfalls. Damit einher geht allerdings auch ein Mangel an gut ausgebildeten und erfahrenen Fachkräften. Wie in anderen Wirtschaftszweigen ist zwischen den Unternehmen bereits der Kampf um qualifiziertes Personal entbrannt. „Hier müssen wir bestehen und uns von unseren Mitbewerbern absetzen“, erklärt Natalia Kress. Aktuell gebe es vor allem am Standort Hamburg einen starken Zulauf an Ingenieuren und Elektrotechnikern aus der Luftfahrtbranche.

**Offshore-
Wind-Industrie
– Pionierarbeit
in Deutschland**

„Aber wir brauchen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die bereits in ihrer Ausbildung oder ihrem Studium den Fokus auf neue Umwelttechnologien und erneuerbare Energien gelegt haben“, so Kress.

An den Hochschulen tue sich diesbezüglich zwar langsam etwas. Aber der Bedarf sei schon jetzt akut.

Damit SeaReenergy weiter wachsen und in Zukunft erfolgreich am Markt bestehen kann, ist es nicht nur wichtig, gut ausgebildetes und motiviertes Personal zu finden. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen auch gehalten werden. Deshalb wurden zusammen mit den Beschäftigten verschiedene Initiativen ins Leben gerufen, um die Mitarbeiterzufriedenheit zu stärken. Dabei haben alle immer ein Ziel: Die Energiewende aktiv mitzugestalten. So wollen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von SeaReenergy mit dem Projekt „Zero-25“ erreichen, dass ihr Unternehmen bis zum 31. Dezember 2025 klimaneutral arbeitet. Dafür wurde unter anderem ein Elektro-Auto als Pool-Fahrzeug für das Team angeschafft, das Trinkwasser wird nun durch einen klimaneutralen Wasserspender bereitgestellt und die Beschäftigten dürfen sich ein Dienstfahrrad leasen, um nicht mit dem Auto zur Arbeit kommen zu müssen.

„Alle sind sehr motiviert, dieses hochgesteckte Ziel zu erreichen, da unsere Unternehmensidentität auf Nachhaltigkeit ausgelegt ist und wir intern unseren Beitrag zur Energiewende leisten möchten“, berichtet Natalia Kress. Schließlich gehört es zur DNA von SeaReenergy, sämtliche Geschäftsaktivitäten aus dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit zu betrachten – und falls nötig für dieses Ziel anzupassen. Um die Umsetzung kümmert sich ein Projektleiter mit einem vierköpfigen Team gemeinsam mit einem Führungskomitee.



Damit nicht genug: Die Geschäftsführung von SeaReenergy hat Ende 2020 zusammen mit dem AGA Unternehmensverband eine Mitarbeiterbefragung erfolgreich durchgeführt und wurde nun als „Anerkannt Guter Arbeitgeber“ ausgezeichnet. „Wir wollten erfahren, wie unsere Beschäftigten in der Corona-Pandemie zum Thema Mobile Working stehen und haben sehr viel hilfreiches Feedback bekommen, durch das wir bereits einige interne Änderungsprozesse angestoßen haben“, berichtet Natalia Kress, die im Rahmen eines Webinars zum Thema Employer Branding auf das AGA-Siegel aufmerksam wurde. Sie musste nicht lange überlegen und war vom Siegelprozess am Ende vollauf begeistert: „Der AGA hat die Befragung individuell auf unser Unternehmen abgestimmt und dann zielgerichtet und effizient umgesetzt.“ Als weitere Pluspunkte nannte Natalia Kress die intuitive Bedienung für die Teilnehmenden sowie das gute Preis-Leistungs-Verhältnis.

„Wir wollen das AGA-Siegel nun für unser Personalmarketing einsetzen und erhoffen uns dabei einen kleinen Vorteil bei der Suche nach gut ausgebildeten Fachkräften“, sagt Natalia Kress.

Denn es braucht noch mehr überzeugte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, um die Energiewende weiter voranzubringen.

www.aga.de



Unser Gastro-Tipp zur Mittagspause

Lunchen mit Kollegen, Geschäftspartnern oder Kunden? Geht aktuell leider nicht! Aber es gibt eine bequeme Alternative.

Lassen Sie Ihren Lunch einfach direkt zu sich ins Home Office kommen – oder auch zu Ihren Mitarbeitern ins Büro. In unserem neuesten Gastro-Tipp stellen wir Ihnen ein Konzept vor, das gesunde, ausgewogene Speisen liefert – und zwar schockgefroren für eine frische, vitaminreiche Ernährung und ganz bequeme Zubereitung: Nur ca. 15 Minuten den praktischen Portionsbeutel im Wasserbad erwärmen – fertig! Ohne Stress, ohne großen Zeitaufwand.

easyfit ist somit genau das Richtige für all diejenigen, die im Home Office keine Zeit – oder Muße – zum Kochen haben, sich aber trotzdem gesund und lecker ernähren wollen. Als Kantinen-Ersatz im Unternehmen werden lediglich ein Kühlschrank, ein Kochfeld und ein größerer Topf benötigt, in dem auch mehrere Gerichte gleichzeitig zubereitet werden können.

Mit großer Leidenschaft arbeitet easyfit daran, laufend neue leichte Gerichte zu entwickeln. Ein aktuelles Beispiel sind die neuen Veggie-FleXX-Gerichte: Das sind rein pflanzliche Fleischgerichte für alle, die ihren Fleischkonsum reduzieren wollen, geschmacklich aber nicht auf Lieblingsgerichte, wie z.B. Königsberger Klopse oder Hackbraten, verzichten möchten.

Insgesamt über 60 leckere Fleisch-, Fisch-, Geflügel- und vegetarische Gerichte bieten eine riesige Auswahl für Ihr ganz individuelles Mittag- oder Abendessen. Vorteilspakete für sechs bis 30 Tage ermöglichen eine abwechslungsreiche Wochen- oder sogar Monatsplanung.

Wer noch heute eine Bestellung online oder per Telefon aufgibt, kann schon morgen sein erstes easyfit-Gericht im Home-Office genießen. Mit dem Gutscheincode „HH-Unternehmer“ bekommen Sie bei Bestellung eines 6-Tage-Pakets eine kleine Auswahl proteinreicher Snacks für Zwischendurch mitgeliefert.



Ladengeschäft:

Krähenweg 7,
Hamburg-Niendorf
Mo-Fr 10-18 Uhr,
Sa 8-12 Uhr

Online-Bestellung:

easyfitfood.com

Bestell-Hotline:

Tel. 040 551 00 01



Anzeige

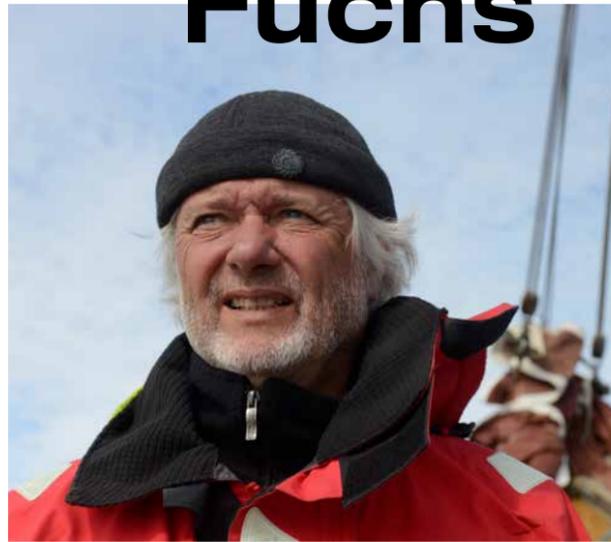
TORQUATO



Dinge mit Seele.

Torquato-Haus · Hohe Bleichen 23 · 20354 Hamburg
Montag bis Samstag 10-19 Uhr

Arved Fuchs



In Ihrem Fall müsste „green business“ ja wohl eher „white business“ heißen. Welche Verbindung haben Sie zu Eis und Schnee?

Eis und Schnee dürfen nicht auf Kälte reduziert werden. Sie bilden eine wunderschöne, faszinierende Lebenswelt mit vielen unterschiedlichen Facetten. Sie reduzieren zugleich die Wahrnehmung auf das Wesentliche: Licht, Wärme, Geborgenheit, Leben. Man muss die Spielregeln kennen – dann kann man sich ganz normal in Schnee und Eis bewegen und überleben.

Findet der Leser in Ihrem Buch „Das Eis schmilzt“ auch etwas Zuversichtliches?

Das Schlimmste wäre die Einstellung: „Es ist ja eh viel zu spät.“ Wir haben ein massives Problem – die Erderwärmung –, aber wir können es lösen. Wir haben das Know-how und die dafür erforderlichen Techniken. Deshalb möchte ich in dem Buch Mut machen und aufzeigen, wie es anderenorts bereits erfolgreich umgesetzt wird. Wir brauchen mutige, aufgeschlossene Bürger und keine deprimierten Mitmenschen. Das Schlimmste ist zu glauben, dass jemand anderes das Problem lösen wird. Das wird nicht geschehen. Wir brauchen Mut, Entschlossenheit und Freude an Veränderungen, um eine zukunftsgerechte, nachhaltige Lebensweise zu stärken. Deshalb soll das Buch die Zuversicht stärken.

Kann die Wirtschaft und die Politik etwas aus der Covid-19-Pandemie für den Umgang mit dem Klimawandel lernen?

Seit Beginn der Pandemie hört die Politik auf die Wissenschaft. Das ist gut so! Warum hat sie das nicht auch bei der Erderwärmung getan? Seit

Wer ist Arved Fuchs?

Arved Fuchs, geb. 1953 in Bad Bramstedt und in Schleswig-Holstein lebend, ist der erste Mensch, der sowohl den Nordpol als auch den Südpol innerhalb eines Jahres zu Fuß erreicht hat. Seit 1977 unternimmt er Expeditionen, über die er mittlerweile 18 Bücher geschrieben hat. Zudem erschienen zahlreiche Fernsehdokumentationen und Artikel über seine Reisen. Für sein Engagement und seine Leistungen wurde Fuchs vielfach ausgezeichnet, u.a. 2017 mit dem Bundesverdienstkreuz am Bande sowie mehreren Umweltpreisen. 2018 erhielt er eine außerordentliche Exzellenzprofessur der Dr. Werner Petersen-Stiftung.

Jahrzehnten warnen Klimaforscher vor den Folgen. Ich glaube, dass die Wissenschaft in Zukunft bei politischen und wirtschaftlichen Weichenstellungen mehr Gehör finden wird. Das sollte die Lehre aus der Pandemie sein. Warum leisten wir uns eine teure Wissenschaft, wenn wir nicht bereit sind, auf sie zu hören?

Existenzielle Bedrohung und lange Unsicherheitsphasen auszuhalten, ist bei Ihnen Expeditionsalltag. Welche Tipps können Sie Unternehmern für vergleichbare Belastungen geben?

„Never give up!“ Bei meinen Expeditionen gibt es einen Sturm- und einen Eismodus. Im Sturm kann man nicht lange diskutieren und Meinungen einholen. Der Natur ist es egal, ob ich überlebe oder nicht. Man muss in dieser Minute entscheiden, und die Entscheidungen müssen die richtigen sein –, sonst bin ich der falsche Mann für den Job und gehe unter. Beim Eismodus stecke ich den Zeitrahmen selbst ab und entscheide, wann ich in die kritische Phase eintrete. Es herrscht kein unmittelbarer Zeitdruck. Ich habe Zeit, das Problem zu überdenken, kann mich und das Team vorbereiten und die Expertise des Teams einholen, um mir dann daraus ein Gesamtbild zu machen. Das lässt sich auf den Unternehmensalltag übertragen. Die meisten Unternehmen befinden sich im Eismodus.

Was fasziniert Sie an dem eigentlich „menschenfeindlichen“ Lebensraum der Antarktis?

Die Antarktis ist riesig und die einzig naturbelassene Region auf der Erde. Man kann sich der Faszination dieser Landschaft und der Tierwelt nur schwer entziehen. Es ist eine fremde Welt, so als befände man sich auf einem anderen Planeten. Hier haben wir die Chance, all die Fehler, die wir sonst im Umgang mit der Natur gemacht haben, zu vermeiden. Deshalb ist es wichtig, diesen einzigartigen Kontinent zu schützen und im Status Quo zu erhalten. Aber auch hier hat der Klimawandel bereits Einzug erhalten.

Wenn Sie heute ein Green Business gründen würden, was wäre das und warum?

Ich würde mich mit Enthusiasmus in die Weiterentwicklung von „Grünem Wasserstoff“ einbringen. Wasserstoff ist meiner Meinung nach der Brennstoff der Zukunft.

Anzeige



**HAMBURGER
VERSORGUNGSWERK**
Betriebsrente für den Mittelstand

Betriebsrente für den Mittelstand

Die Alterssicherung steht im demografischen Wandel stabiler, wenn sie sich auf mehrere starke Säulen stützt. Sie muss auch für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Klein- und Mittelbetrieben selbstverständlich werden. Koalitionsvertrag CDU, CSU und SPD

2019

15% verpflichtender Arbeitgeberzuschuss

2005

Recht auf Portabilität

2002

Rechtsanspruch auf Entgeltumwandlung

1974

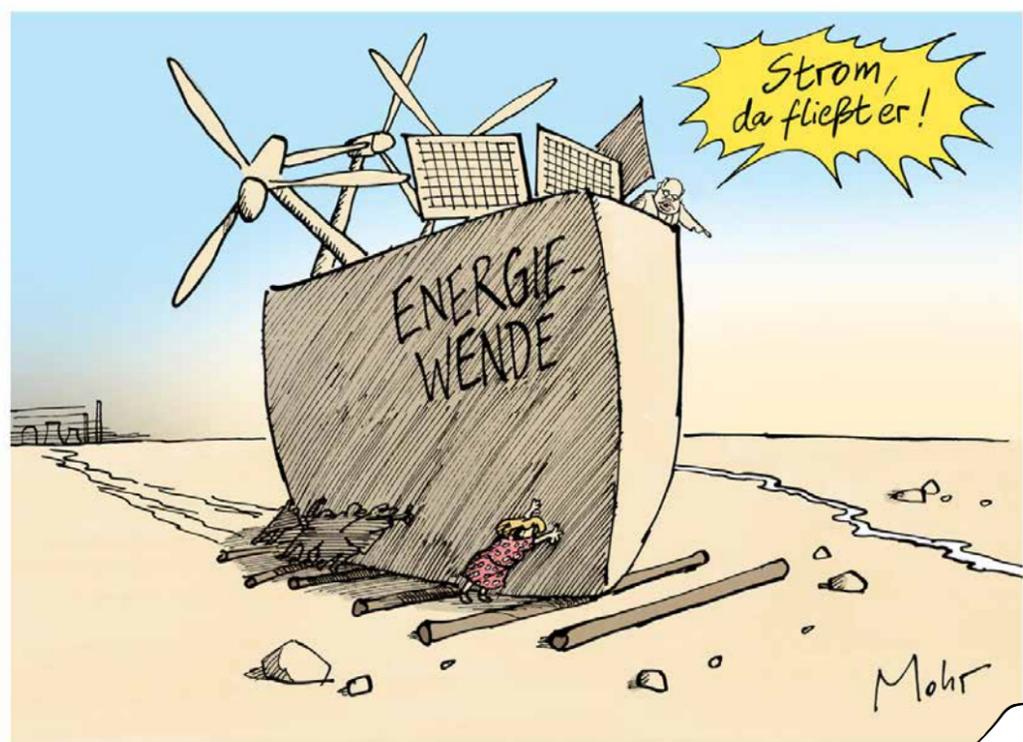
Einführung Betriebsrentengesetz

Drei von vier Mitarbeiter unserer Firmenkunden vertrauen auf unsere 20 jährige Erfahrung und nutzen eine Betriebsrente.

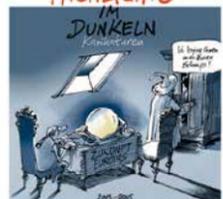
Wir bieten unter anderem die Sieger des AssCompact bAV AWARDS:



Maximale Marktabdeckung mit weiteren Anbietern



Es wird eng!



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.riecdruck.de

Nächster Redaktionsschluss:

28. Mai 2021

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

Innovativ. Familiär. Hanseatisch.

Ihr Partner für den
Hallenbau.

Spezialist seit 1972



montagebau-hansa.de

 **HANSA.**



WEMPE

FEINE UHREN & JUWELEN

WEMPE-CUT®

Vollkommenheit hat 137 handgeschliffene Facetten.

AN DEN BESTEN ADRESSEN DEUTSCHLANDS UND IN NEW YORK, PARIS, LONDON, WIEN, MADRID - WEMPE.COM