

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Niklas Nordmann

Ratsherrn Pils -

hanseatische Brautradition

RATSHERRN
HAMBURG



Peter Merck

Golf-Lounge mit
neuem Konzept

"Mehr Fortschritt wagen"

Rückblick auf die
Familienunternehmer-Tage
in Hannover

Regionalität

Nr. 2

2022

Innovativ. Familiär. Hanseatisch.

Ihr Partner für den
Hallenbau.

Spezialist seit 1972



montagebau-hansa.de

 **HANSA.**

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

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

Regionalität – für Hersteller heißt das kurze, klimafreundliche Transportwege, resiliente Lieferketten sowie mehr Kundennähe. Damit sind sie erfolgreich: Verbraucher greifen vermehrt zu regional erzeugten Produkten, denn zum einen vermitteln diese Vertrautheit und Sicherheit in verunsichernden Zeiten. Und zum anderen empfinden viele Konsumenten bei Nahrungsmitteln „regional“ als das neue „Bio“. Dies bestätigt auch Rolf Bürkl von der Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg. Er kommentierte die 2021 veröffentlichte forsa-Umfrage im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft mit dem Satz: „Grundsätzlich sehen wir im Ernährungsverhalten in den letzten Jahren Tendenzen zu mehr Bio und auch zu Regionalität. Das war zunächst unabhängig von Corona, allerdings: Die Pandemie hat diese Trends mehr oder weniger noch verstärkt.“

Ein Grund mehr, uns in dieser Ausgabe dem Thema Regionalität zu widmen und Ihnen einen bunten Strauß von Unternehmen vorzustellen, die vorrangig in der Metropolregion Hamburg bzw. in Schleswig-Holstein aktiv sind und damit hervorragend fahren.

Nachhaltigkeit, Verantwortungsbewusstsein und langfristige Planung bestimmen ihr Handeln. So haben viele von ihnen seit Generationen Bestand und tragen dazu bei, den Wirtschaftsstandort Deutschland und unseren Wohlstand zu sichern. Begleiten Sie uns auf den Hamburger Dom, in Kuhställe und in eine Brauerei! Golfen Sie mit uns eine Runde, und suchen Sie Deckung im Unterholz eines alten Truppenübungsplatzes! Sie werden sehen: Unsere Region bietet ungeahnte Highlights.

Auch mit staatlichen Eingriffen in die Arbeit von regionalen Bauern haben wir uns beschäftigt. Lesen Sie, inwieweit ordnungspolitische Lenkung in Form von EU-Agrarsubventionen funktioniert – oder eben auch verfälscht. Natürlich berichten wir in dieser Ausgabe außerdem ausführlich über unsere Top-Verbandevents: die Familienunternehmer-Tage in Hannover und die Initiative FRAU UNTERNEHMER.

Leider ist dieses auch die zweite Ausgabe, die während des Ukraine-Krieges veröffentlicht wird. Wir möchten deshalb erneut auf das Bündnis deutscher Hilfsorganisationen „Aktion Deutschland Hilft e.V.“ hinweisen; einen entsprechenden Spendenaufruf haben wir wieder auf Seite 33 platziert.

Heimatliebe und Zuversicht beim Lesen
wünschen Malte Wettern & David Friedemann!

Unsere
Mediadaten
finden Sie auf
hhun.de



David Friedemann
DIE JUNGEN UNTERNEHMER

Malte Wettern
DIE FAMILIENUNTERNEHMER



www.facebook.com/hamburgerunternehmer
www.facebook.com/DieJungenUnternehmerHamburg
www.facebook.com/hamburg.familienunternehmer.eu



www.instagram.com/diejungenunternehmerhamburg
www.instagram.com/familienunternehmer_hh

Anzeige

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Nachgedacht

6 Über Regionalität
76 Glosse - Fa(l)ke News

Vorstands-Statements

8 Henning Fehrmann & Julia Dettmer



Mitglieder & Veranstaltungen

16 Mitglieder stellen sich vor
26 Initiative Frau UNTERNEHMER
27 Fraktionsempfang der SPD Hamburg
44 Familienunternehmer-Tage 2022
62 Regionalvorstand in Berlin
64 Die Vertrauenskreise - Update



Wirtschaft & Politik

Internationale Arbeitsteilung im Wandel 34
Schleswig-Holstein nach der Wahl 36
Die Hamburg Towers 54
Agrarpolitik in der EU 56

Wissen

Volksbank - Verwurzelt in der Region 24



Interview

12 KG1 - Axel Schommartz
22 Nordstory - Christian Oellerking
48 NordseeMilch - Volker Lohse
58 Golf-Lounge - Peter Merck
68 DIE MALERIN - Jessica Hansen
80 Nachgefragt bei Rita Herbers

Titelstory

Niklas Nordmann im Interview 38

Kunst & Kultur

NFTs in der Kunst 72



Trends & Style

Heimatliebe 52
Unser Buchtipp 66
Unser Gastro-Tipp 78

Klein & fein

Nadine Ngari - The Coffee Board 28
Ron Cazzato - Himmlische Fruchtetraum 30

Was folgt der Globalisierung?

Von Dr. Björn Castan

Im April 2014 löste ein Interview von Klaus-Michael Kühne in der Welt am Sonntag bei mir ungläubiges Staunen aus. Er sagte in diesem Interview: „Die Globalisierung hat wahrscheinlich ihren Höhepunkt überschritten.“ Aus der Sicht von vor acht Jahren war die Überschreitung des Höhepunktes der Globalisierung eine äußerst gewagte These, doch aus dem Munde eines Logistikunternehmers vom Kaliber eines K.M. Kühne regte sie schon damals zum Nachdenken über die globalen Handelsbeziehungen an.

Jahrzehntelang hatte die Theorie der komparativen Kostenvorteile ihre Geltung unter Beweis gestellt. Diese von David Ricardo Anfang des 19. Jahrhunderts aufgestellte Theorie besagt kurz gesagt, dass der Wohlstand aller Länder steigt, wenn sich jedes einzelne Land auf die Herstellung der Güter konzentriert, bei denen es einen Kostenvorteil gegenüber den Wettbewerbern hat. Der freie Handel zwischen Ländern bekommt damit eine starke Legitimation, denn alle am freien Handel beteiligten Länder können ihren Wohlstand auf dieser Grundlage steigern: Zum Beispiel wurde die Förderung deutscher Kohle eingestellt, weil es kostengünstiger ist, australische Kohle mit Schiffen um die halbe Welt zu transportieren.

Nun ja, lange Zeit funktionierte das Modell sogar so gut, dass in vielen Ländern, zu denen auch die Bundesrepublik gehört, strategisch elementare Produkte aus anderen Ländern bezogen wurden, was zu gefährlichen Abhängigkeiten führte.

Auf dem Höhepunkt der Wahrnehmung der Klimakrise gerieten Lieferketten durch Corona durcheinander.

Dann versperrte die gestrandete Ever Given den Suez Kanal. Der barbarische russische Angriffskrieg in der Ukraine hat die Gefahren der Abhängigkeit von Importen strategisch wichtiger Güter nun noch um einen weiteren gewichtigen Aspekt erweitert: nämlich der politischen Erpressbarkeit, in die wir und andere Länder uns durch eine Abhängigkeit von Energieträger-Importen begeben haben.

Die einstmals so schöne ökonomische Theorie der komparativen Kostenvorteile berücksichtigte eben nur die relativen monetären Kosten und ließ z. B. politische Kosten, menschliches Leid, das durch



*Globalisierung:
Kostenvorteile und
gefährliche Abhängigkeiten*

das Verhalten wütender Diktatoren entsteht und Umweltschäden außer Acht. Ups. Und nun?

Wir sind aufgewacht in einer neuen Welt völlig aus dem Ruder gelaufener Lieferketten, Knappheit einiger lebenswichtiger Güter, explodierender Rohstoff- und Transportpreise und einer dramatisch verschärften globalen politischen Instabilität, die von unserer Regierung als „Zeitenwende“ bezeichnet wird. Die aktuelle Inflationsrate von 7,4 Prozent wird voraussichtlich eher weiter steigen als sinken – eine Menge guter Gründe also für Regionalität!

Das Buzzword der Deglobalisierung macht die Runde, und viele Unternehmerinnen und Unternehmer haben bereits Wege gefunden, neue Märkte mit regional hergestellten Produkten zu erschließen – insbesondere im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Auch große Supermarktketten legen als wichtigen Bestandteil ihres Sortiments inzwischen großen Wert auf regional hergestellte Produkte.

Die Vorteile regionaler Produktion sind offensichtlich: Kürzere Transportwege schonen die Umwelt und sind kostengünstiger.

Die Lieferkette ist leichter kontrollierbar, d. h. wir besitzen mehr Transparenz darüber, mit welchen Zutaten und unter welchen Bedingungen regionale Produkte hergestellt werden – und eine Kreislaufwirtschaft für Rohstoffe und Verpackungen ist regional leichter realisierbar als global. Der wichtigste Nachteil liegt ebenfalls auf der Hand: Regionale Produktion für regionale Märkte erfolgt in kleinen Mengen, die nur wenig von Skaleneffekten profitieren können, ist also i. d. R. teurer.

Regionale Märkte hat es immer gegeben: Auch in den besten Zeiten der Globalisierung bevorzugten z. B. viele Biertrinker ihre regionalen Biermarken. Ich habe z. B. nie verstanden, warum man stilles Wasser in Frankreich in Plastikflaschen abfüllt und diese dann mit Lastern nach Deutschland fährt, um es hier zu trinken, anstatt es aus dem heimischen Wasserhahn oder von einem regionalen Anbieter zu beziehen. Mit Hilfe Schleswig-Holsteinscher Windenergie soll in Hamburg-Moorburg zukünftig Wasserstoff produziert werden, der in das Hamburger Gasnetz eingespeist werden kann. Auch wenn die eigentlich erforderlichen Mengen damit auf absehbare Zeit nicht erreicht werden können, ist diese regionale Zusammenarbeit ein sehr guter Anfang, um uns unabhängiger von Energieimporten zu machen.

Natürlich lässt sich in unserer komplexen, arbeitsteiligen Welt nicht alles regional herstellen. Aufgrund der aktuellen globalen Situation erscheint es mir aber sinnvoll, eine ehrliche Bestandsaufnahme zu machen, in welchen Bereichen wir Abhängigkeiten für unsere Unternehmen mit Hilfe regionaler Produktion verringern können und zu welchen Kosten dies möglich ist.

Die postglobale Devise könnte daher in Anlehnung an Karl Schiller lauten: So viel Regionales wie möglich und so viel Globales wie nötig!

Herzlichst,
Ihr
Björn Castan

PS: Welche Bedeutung wird Regionalität in der Zukunft für Ihr Unternehmen haben?

Schreiben Sie mir gerne an
castan@researchforfuture.com

Der Autor



Dr. Björn Castan



Statements von Henning Fehrmann und Julia Dettmer



Welche Bedeutung hat Regionalität für überregional bzw. global agierende Unternehmen?

Henning Fehrmann: Es ist für jedes Unternehmen existenzentscheidend, sich der Diversität der Welt bewusst zu sein. Statt zu glauben, überall die gleichen Produkte vertreiben zu können, müssen sich Unternehmen bemühen, Regionen und deren Besonderheiten zu verstehen und sich daran anzupassen. Wir sehen dies beispielsweise bei Starbucks. Um in Österreich erfolgreich sein zu können, musste sich das Unternehmen mit der dortigen Kaffeehauskultur auseinandersetzen und das eigene Konzept und Produktportfolio entsprechend adaptieren.

Regionale Player zeichnen sich in der Regel dadurch aus, ihren Markt und die Bedürfnisse ihrer Kunden aufgrund der Nähe besonders gut zu kennen. Dies gilt für viele der Hamburger Familienunternehmer. Doch auch wir befinden uns in einem globalen Standortwettbewerb, was der Politik bewusst sein sollte. Wo positionieren wir uns mit welchen unserer Fähigkeiten? Um sowohl innerhalb als auch außerhalb unserer Region wirtschaftlich überlebensfähig zu sein, benötigen wir politische Unterstützung, keine weiteren Erschwernisse. Die Unternehmenssteuern in Deutschland, insbesondere auch in Hamburg, gehören zu den höchsten. Für den Fortbestand der Hamburger Unternehmen sollte der Hamburger Senat entweder die Steuern senken oder Vorteile schaffen, die den hohen Steuersatz kompensieren.

Julia Dettmer: Man kann sein Kerngeschäft in der Lüneburger Heide, auf St. Pauli oder in Hongkong Kong machen. Und doch wird ein Unternehmen bestenfalls sein Werte-Fundament nicht los – egal, wie regional oder überregional es agiert. Die Unternehmenswerte basieren dabei oft u. a. auf den Vorstellungen der Region, in der die Firma gegründet wurde. Unsere Unternehmensgruppe etwa, die Dettmer Group, ist heute an vielen Standorten in Deutschland aktiv – von Magdeburg über den Flughafen Frankfurt oder Nürnberg bis nach München. Wir haben Standorte in den USA, in China, den Vereinigten Arabischen Emiraten, in Finnland oder in Ungarn. Und doch sind wir von unserer Mentalität immer ein Bremer Unternehmen geblieben: mit allen hanseatischen Werten, dem berühmten Handschlag, aber auch einem besonderen Verständnis der Wertschätzung für Mitarbeiter – egal, ob sie nun in Duisburg, Rotterdam oder Hamburg bei Dettmer arbeiten. Wahrscheinlich werden wir nie eine futuristisch anmutende Unternehmenszentrale bauen, keine Designermöbel anschaffen und auch keine Oberklasse-Limousinen als Dienstwagen verteilen – einfach, weil wir aus Bremen stammen.

Müssen wir eingedenk gestörter globaler Wertschöpfungsketten um bzw. regionaler denken? Welche Erwartungen haben Sie an die Politik?

Henning Fehrmann: Die Nähe zum eigenen Kunden bzw. Absatzmarkt und die umfangreiche Kenntnis der Kundenprobleme und -bedürfnisse ist die Stärke der deutschen Unternehmen. Deshalb gibt es so viele Hidden Champions in Deutschland, wobei alleine in Hamburg zwölf Hidden Champions und Weltmarktführer ansässig sind. Ihre unternehmerischen Erfolge basieren auf Differenzierung, die keinesfalls durch Bestrebung zu Gleichmacherei aus Berlin oder Brüssel wieder zunichte gemacht werden dürfen.

Derzeit ist die Versorgungslage der Unternehmen sowohl durch globale logistische Probleme als auch durch die Folgen moralgetriebener politischer Entscheidungen beeinträchtigt. „Erst kommt das Fressen, dann kommt die Moral!“, erklärte Bertold Brecht der Bourgeoisie, die dem Volk vom hohen Ross materieller Wohlsituiertheit Moral predigen wollte. Und auch heute gilt: Damit wir uns Moral wieder leisten können, muss die Politik schnellstens für niedrigere Energiepreise und eine zuverlässige Belieferung sowohl mit Energieträgern als auch mit allen anderen produktionsnotwendigen Rohstoffen und Teilerzeugnissen sorgen.

Julia Dettmer: Eine Story aus der Corona-Zeit: Ein Unternehmen aus Franken wollte FFP2-Schutzmasken in einem kleinen Werk in Sachsen herstellen, doch niemand wusste mehr, wie das ging. Man besorgte Vlies und Gummibänder, brauchte aber eine Maschine für die eigentliche Produktion. Schließlich kaufte man eine gebrauchte in China – um sie auseinander- und schließlich nachzubauen. Es gelang nur mittelmäßig: Die Masken blieben Ladenhüter.

Was lernen wir daraus? Jeder sollte das machen, was er am besten kann. Eine gezwungene Rückverlagerung der Produktion nach Deutschland klingt zwar logisch, ist aber oft nicht zweckmäßig.

Ich bin der festen Überzeugung, dass eine Deglobalisierung der Weltwirtschaft mit hohen Wohlstandsverlusten für alle einhergehen würde. Längst gehen Unternehmen nicht mehr automatisch nach Asien. Die Produktion vor Ort hat sich verteuert, und Umwelt- wie Compliance-Auflagen sind ebenso gestiegen wie die Steuern. Unternehmen müssen regelmäßige Überprüfungen durch die Behörden erdulden. Da gibt es kaum noch Unterschiede zu Osteuropa. Warum es viele trotzdem nach wie vor etwa in die zweitgrößte Volkswirtschaft der Welt zieht? Weil dort qualitativ und preislich bestimmte Dinge besser hergestellt werden können. Experten vermuten, dass sich für verschiedene Branchen, wie etwa die Pharmaindustrie, hierzulande die Infrastruktur nicht mehr so leicht zurückdrehen ließe. Ich halte das Problem der angespannten Lieferketten für ein vorübergehendes. Denn ja, zur freien Marktwirtschaft gehört auch, dass Unternehmen bestimmte Situationen nutzen – und einige sie leider eben auch ausnutzen. Aber all das kann man politisch moderieren. Besser noch: Die Politik sollte sich raushalten und die Entscheidungen über Produktionsstandorte den Unternehmern überlassen. Am Ende wird der Markt entscheiden.

Wie bewerten Sie die regionalen Standortbedingungen für Ihr Unternehmen? Sehen Sie Verbesserungsbedarf?

Henning Fehrmann: Der Fehrmann Tech Group bietet Hamburg eine Reihe von Vorteilen. Die Stadt ist attraktiver geworden, so dass sie qualifizierte Arbeitskräfte nicht nur aus anderen Regionen Deutschlands, sondern sogar weltweit anzieht, was für uns wichtig ist. Außerdem begrüßen wir den Trend, Hamburg zur Wissensmetropole auszubauen und Plattformen für Schlüsseltechnologien zu schaffen. Dies ermöglicht uns eine enge Vernetzung mit exzellenten Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen wie beispielsweise dem Materialexzellenzcluster, dem DESY, dem 3D Druck-Netzwerk oder dem Artificial Intelligence Center Hamburg e.V. (ARIC). Auch die anderen Hamburger Unternehmen profitieren davon, wenn ein Wissenszugang zu neuen Schlüsseltechnologien geschaffen wird.

Doch wir sehen auch Verbesserungsbedarf bei den Standortbedingungen: Unsere Steuerbelastung ist zu hoch; wenn 30 % an die Stadt Hamburg gehen, können wir nicht voll in die erforderliche doppelte Transformation investieren. In einigen Gebieten der Metropolregion sind die Steuerkonditionen etwas vorteilhafter.

Meines Erachtens braucht Hamburg vor allem ein klares Zukunftskonzept. Dazu gehört außer einer Vision, wie wir im Jahr 2050 leben wollen, vor allem eine Strategie mit Maßnahmen und prüfbareren Zielen, die von oben gesteuert und überwacht wird. Wenn wir es nicht schaffen, in Hamburg mehr Zukunftstechnologien anzusiedeln, werden wir im internationalen Wettbewerb noch weiter absteigen. Eine starke Vision erfordert natürlich auch eine starke Kommunikationsstrategie, doch bisher vermarktet sich Hamburg erschreckend schlecht. Gerne leisten wir hierzu unseren Beitrag, die Stärken Hamburgs sichtbarer und hörbarer zu machen. Wir können mit vielen Best Practice-Beispielen zeigen, wie mutiges, innovatives, nachhaltiges Unternehmertum in Hamburg gedeiht. Trotz der langsamen Administrations- und Entscheidungsprozesse in den Behörden, die von digitaler Effizienz noch weit entfernt sind.

Julia Dettmer: Die Bildungslandschaft an den meisten unserer Standorte ist gut – das hilft bei der Gewinnung von Mitarbeitern: vom Auszubildenden über den Werkstudenten bis zum Akademiker. Hier dürfen wir nicht nachlassen. Bildung muss eine Top-Priorität in allen Regionen bleiben, damit Deutschland im globalen Wettbewerb nicht zurückfällt. Und natürlich müssen Milliarden in die Anpassung der Infrastruktur investiert werden: in die physische wie die digitale – und zwar jedes Jahr, nicht nur punktuell.

"Hamburg braucht ein klares Zukunftskonzept!"



**Brödermann
Jahn**

Active worldwide

Wir können cross-border!

Brödermann Jahn RA GmbH

ABC-Straße 15, 20354 Hamburg, Phone +49. (0)40.37 09 05 – 0

www.german-law.com

Richtig flüchten in der City Nord

Taktische Ausbildungen in Hamburg für Sicherheit
in Krisengebieten weltweit

Von Gabriela Friedrich

📷 Andre Prien-Mender

Unternehmen:
KG1

Schwerpunkt:
KG1 ist ein weltweit tätiger Sicherheitsdienstleister und der erste in Deutschland behördlich zugelassene Anbieter (Private Military Company) für militärisch-taktische Ausbildungen. Axel Schommartz, Firmengründer und leitender Instructor von KG1, berät und schult seit Jahrzehnten Soldaten, Polizisten und Mitarbeiter anderer Behörden vieler Nationen, Wirtschaftsunternehmen, Hilfsorganisationen und Privatpersonen mit Aktivitäten in Krisengebieten. Insbesondere aber gewährleistet er durch systematische Aufklärungsarbeit die Sicherheit gefährdeter Events, Objekte und hochrangiger internationaler und nationaler Persönlichkeiten.

Firmensitz:
Hamburg

Gegründet:
1997

www.kg1.eu



Seit 25 Jahren sorgt Axel Schommartz dafür, dass seine Kunden auch in Krisen- und Kriegsgebieten heil bleiben – denn mit seinem Unternehmen KG1 ist er der erste in Deutschland behördlich zugelassene Anbieter (Private Military Company) für militärisch-taktische Ausbildungen. Konzerne, Verlage und Hilfsorganisationen buchen ihn, um ihre Mitarbeiter auf den Einsatz in gefährlichen Regionen vorzubereiten.

Wenn Männer zwischen den Hochhäusern der City Nord Deckung suchen oder hinter Mauern hechten, bleibt der Stadtteilpolizist entspannt. Er weiß: Hier trainieren gerade die Schützlinge von Axel Schommartz ihre Flucht im urbanen Gelände. In dem achtstündigen Kurs lernen sie, wie sie beispielsweise den rettenden Flughafen auch dann sicher erreichen, wenn radikale Gruppierungen in die Stadt einfallen und hinter jeder Straßenecke der Tod lauert. Was wie ein Adventure Game für Erwachsene klingt, war am 15. August 2021 bitterer Ernst, als die Taliban Kabul eroberten und Angehörige der Botschaften und Hilfsorganisationen die Stadt schnellstmöglich verlassen mussten. Auf solche Situationen bereitet sie Sicherheitsprofi Schommartz in der Ausbildung vor.

Auch der Ukrainekrieg bedeutet Ausbildungsbedarf: „Ende April habe ich eine Gruppe von sieben Männern, die Hilfsgüter in die Ukraine bringen wollten, auf einem ehemaligen Militärgelände im Hamburger Umland für diese Fahrt fit gemacht“, erzählt der Unternehmer. „Es waren Polizisten, Rettungswagenfahrer, ein Feuerwehrmann und ein Handwerker, die trotz ihrer teils professionellen Ausbildungen nicht wussten, welches Präventivverhalten in einem Kriegsgebiet das Überleben sichert.“ Doch am Ende des Kurses war ihnen klar, wie man Minen und andere Gefahren rechtzeitig erkennt und vermeidet und wie man sich und seine Kollegen in Notsituationen schützt. Derart gerüstet starteten sie gen Ukraine – und kamen alle heil zurück.

Solche Kurse werden nicht nur von Hilfsorganisationen gerne gebucht: Auch Kriegsberichterstatter oder Ingenieure, die in Nordafrika an Wind- und Solaranlagen arbeiten, lassen sich – natürlich länderspezifisch – auf alle zu erwartenden Risiken vor Ort vorbereiten. Dazu gehören Infos über die Gefahrenminimierung bei der Wahl des Taxis, des Hotels oder des Hotelzimmers, das Sichern des Hotelzimmers gegen Diebstahl und Spionage und die rechtzeitige Planung von Fluchtwegen für den Notfall.

Doch woher weiß der 59-jährige Unternehmer Axel Schommartz eigentlich, wie man sich in Kriegsgebieten richtig verhält und taktisch klug flüchtet?

Nach seiner Bundeswehrzeit wechselte er in die private Sicherheitsbranche und absolvierte zahlreiche Ausbildungen bei Polizei und Militär – insbesondere im Ausland. Nach einer Weile war er so kompetent, dass ihn afrikani-

sche Regierungen beauftragten, ihre Soldaten aus- und fortzubilden, was er viele Jahre tat. Während seiner Zeit in afrikanischen Kriegsgebieten sammelte er natürlich auch privat viele Erfahrungen, welche Risiken Fahrzeugkontrollen bergen, wie man sich vor brutaler Straßenkriminalität schützt und wie man muslimischen Terroristen entgeht, die sich bevorzugt Weiße als Beute aussuchen.

„Gefahren vorab erkennen und vermeiden“ war immer sein Credo.

Doch manchmal ist das Leben anders; sein Körper unter der robusten Outdoorkleidung ist von Schuss- und Messerverletzungen gezeichnet, wie er verrät. Da ist es kein Wunder, dass der Ausbilder mittlerweile die Zahl seiner eigenen Auslandseinsätze in Krisengebieten deutlich reduziert hat und seine Kurse lieber in der zivilisierten Metropolregion Hamburg oder auf einem alten Militärgelände in Brandenburg anbietet. Dort im brandenburgischen Halenbeck-Rohlsdorf lernen beispielsweise Gruppen von ca. 20 Personen das Überleben im Bürgerkrieg – 36 Stunden in der Natur inklusive Übernachtung in Ruinen, kärglicher Kost und dem Achten auf mögliche Bedrohungen aus allen Himmelsrichtungen. Auch Fortbildungsinstitute buchen ihn, damit er Berufswaffenträger, d. h. Polizei, Militär und Personenschützer im taktischen Verhalten unterrichtet. Dass er als Ausbilder selbst ein exzellenter Schütze ist, versteht sich von selbst.



Doch bei Bedarf tauscht der grau-blonde Hüne Outdoorkleidung und Pistole gegen ein Dinner Jacket und sorgt für Sicherheit bei Hamburger Edevents – denn außer taktischen Ausbildungen gehört auch die taktische Aufklärung zu seinen Spezialgebieten. Wenn Hamburgs High Society rauschende Alsterpartys gibt, Botschaften internationale Feste veranstalten oder hanseatische Unternehmen ihre Kunden zu Großveranstaltungen empfangen, kümmert sich der KG1-Chef darum, vor dem Einsatz mögliche Gefährder wie beispielsweise Aktivisten, politisch Radikale oder Diebe zu ermitteln und Schwachstellen der Location zu identifizieren. Während des Events selbst mischt sich der Aufklärer im stilvollen Outfit unter die Gäste. Alle, die das Event stören oder sabotieren wollen, erkennen zwar die Polizisten und die Securitymitarbeiter in Uniform, die häufig ebenfalls zur Sicherung des Events beauftragt werden. Doch von der Präsenz eines Aufklärers mit geschultem Blick für Details, die böse Absichten verraten, bekommen sie nichts mit. Dass sie entlarvt wurden, merken sie erst, wenn sie die von Schommartz diskret informierte Polizei aus der Eventlocation oder deren Umfeld entfernt.

„Auf der IAA Mobility in München tummelten sich auch viele Ökoaktivisten, die die Messe stören und die ausgestellten Autos beschädigen wollten“, erinnert sich Axel Schommartz. Ein großer deutscher Automobilhersteller hatte ihn beauftragt, mit taktischer Aufklärungsarbeit für die Sicherheit der Standbesucher und der Fahrzeuge zu sorgen. Und – wie nicht anders zu erwarten – blieb am Stand alles friedlich und heil, weil Schommartz mit sicherem Blick jeden Aktivisten rechtzeitig identifiziert hatte.

„Sollten sich eigentlich auch Privatpersonen mehr um ihre Sicherheit kümmern?“, will ich wissen. Der KG1-Gründer nickt.



„Ja, erinnern wir uns an die G20-Krawalle in 2017. So etwas kann ganz leicht wieder passieren – auch ohne politisches Großevent. Und gerade heute berichtete die Presse über eine Diebesbande – organisierte Kriminalität –, die Villen auf der Elbchaussee ausgeräumt hat. Für den Umgang mit all diesen Risiken gibt es maßgeschneiderte Strategien.“ Schommartz schildert, wie ihn beispielsweise Kunden aus Hamburg, der Schweiz oder Liechtenstein zu sich nach Hause bitten. Dort führt er eine Hausbegehung mit Sicherheitsanalyse durch, bespricht mit dem Kunden das potentielle Gegenüber und dessen Ziele und entwickelt einen strategischen Fluchtplan aus dem Haus für die ganze Familie.

Sorgfältige Präventivüberlegungen, Berücksichtigung aller Eventualitäten und kluge Lösungsstrategien – von Axel Schommartz habe ich im Gespräch gelernt: Sicherheit ist primär Kopfsache!



Gefahren erkennen und vermeiden – taktisches Training in Krisengebieten

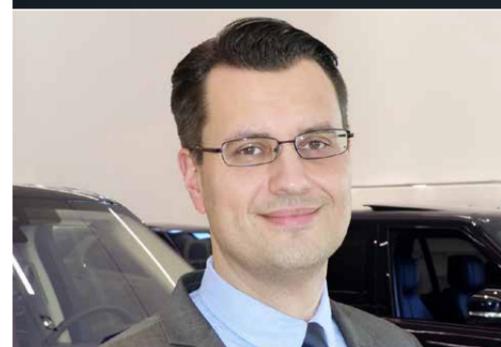
Anzeige



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 Nm*
Kombinierter Kraftstoffverbrauch nach WLTP-Verfahren: 2,4 l/100 km
Kombinierte CO₂-Emissionen nach WLTP-Verfahren: 54 g/km
Elektrische Reichweite: 59 km
Schnellladung von 0 auf 80 %: in 30 Min.**

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

Gudewer – Die Garteneinrichter

Natascha Gudewer

Einkaufserlebnis in lichtdurchfluteter Fabrikhalle

Über 100 Jahre ist es her, dass Gudewer – Die Garteneinrichter als kleines feines Kolonialwarengeschäft in Hamburg gegründet wurde. In vierter Generation am Steuer, prägt Thies Gudewer das Unternehmen als innovativer Inhaber. Mit einem starken Team an seiner Seite, hat er die Familientradition bewahrt und Gudewer – Die Garteneinrichter gleichzeitig zu einer der ersten Adressen Europas für internationale Outdoor-Designkultur gemacht.

Die Kunden finden alle Premium-Marken rund um das Thema Garteneinrichtung: Hochwertige Möbel zum Beispiel von Dedon und Paola Lenti, individuelle Pflanzgefäße wie aus dem belgischen Atelier Vierkant, Sonnenschutz und Schattenarchitektur. Was Gudewer als anspruchsvollem Garteneinrichter heute am Herzen liegt, wird sehr persönlich und prächtig arrangiert auf zwei großzügigen Etagen in einer alten Fabrikhalle gezeigt. Die große Ausstellungsfläche mit über 3.000 m² lockt Kunden aus ganz Norddeutschland an. „Unsere Kunden kommen schon seit einigen Jahren aus dem ganzen Norden zu uns“, betont Thies Gudewer.

„Eine vergleichbare Ausstellung für Premium Outdoor-Einrichtung gibt es so nicht. Dafür nehmen unsere Kunden gerne Fahrzeiten von bis zu drei Stunden in Kauf. Außerdem hat Hamburg so viel zu bieten, dass der Besuch bei uns häufig mit einem Hamburg-Besuch verknüpft wird.“

Gudewer – Die Garteneinrichter plant und realisiert Outdoor-Lösungen für private und geschäftliche Bereiche. Dazu zählen Hotels, Restaurants und Außenbereiche von Unternehmen. Aber auch Feriendomizile auf Sylt, Mallorca und Ibiza werden regelmäßig von Gudewer ausgestattet und beliefert.

Gudewer – Die Garteneinrichter
Sülldorfer Landstraße 264 – 302
22589 Hamburg
Tel.: 040 – 87 10 66
info@gudewer.com
www.gudewer.com

Mo.: nur mit Termin
Di. – Fr.: 10 bis 19 Uhr
Sa.: 10 bis 16 Uhr



Regionalität? Vertrauen und Identität!

Gordian Madsen

„Für uns hat das Thema Regionalität auf der Absatzseite keine große Relevanz: Als technologiebasiertes Unternehmen erreichen wir unsere Kunden bundesweit. Aber als ein in Hamburg ansässiges Unternehmen spielt die Regionalität in unserer Firmenkultur eine große Rolle. Es sind grundlegende Werte wie Vertrauen und Identität, die in dem Wort Regionalität mitschwingen. Das möchten wir unseren Mitarbeitern vorleben! Wir haben uns also bewusst dazu entschieden, nur einen Standort in Hamburg zu führen. Aus unserer Sicht können wir diese Werte nur über die Nähe zu unseren Mitarbeitern vorleben.“

Gordian Madsen ist Gründer und Geschäftsführer der CLAYM+ Schadenmanagement GmbH & Co. KG, einem Legal-Tech-Unternehmen aus Hamburg mit Fokus auf der rechtlichen Durchsetzung von Schadenersatzansprüchen aus Verkehrsunfällen. CLAYM+ betreut Unternehmen mit Fuhrpark, Autohäuser und Privatkunden.

CLAYM+ Schadenmanagement
GmbH & Co. KG
Hindenburgstraße 167
22297 Hamburg
Tel.: 0800 57 01 70 31
www.claym-plus.de



Anzeige

KLUB
DER NACHFOLGER

KLUB
DER JUNIOREN

KLUB
DER GRÜNDER

Unsere Klubs powered by
DIE JUNGEN UNTERNEHMER

NJUG

3 gute Gründe

Hier kann man was lernen!

...viel und zu unterschiedlichen Themen: Wie führt man Verhandlungen?
Was bedeutet Ordnungspolitik? Wie mixt man einen Cocktail?

Hier kann man sich austauschen!

...mit Familienunternehmern, anderen Unternehmerkindern,
Politikern, Medienvertretern und Coaches.

Hier hat man eine Menge Spaß und trifft spannende Leute!

...auf den vielfältigen thematischen Klubveranstaltungen in ganz Deutschland,
den verschiedenen Klub-Reisen und natürlich auch auf unseren Parties.

Fragen zu den Klubs beantwortet:

Markus Heißner | heissner@junge-unternehmer.eu

Alle Informationen zu den Klubs und alle Termine
findet man auf unseren Klubseiten:

 www.junge-unternehmer.eu/klubs

POWERED BY

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Es ist ein Junge!

Gerd Hofrichter

Dem „echten Genuss“ hat sich „Junge Die Bäckerei.“ seit 1897 verschrieben. Das Lübecker Familienunternehmen wird seit vier Generationen inhabergeführt.

Unter der Führung des Beiratsvorsitzenden Axel Junge sowie den Geschäftsführern Tobias Schulz und Reiner Küster hat sich das Unternehmen mit seinen 206 Geschäften im ganzen Norden und in Berlin zu einer bekannten und begehrten Marke entwickelt. Gebacken wird nach traditionellen Rezepten mit viel Handarbeit und modernstem Know-how an drei Standorten: in den Bäckereien Lübeck – Roggenhorst, Rostock – Elmenhorst und Greifswald.

Zu den Säulen des Erfolgs gehören die 4.150 leidenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Innovationsfreude sowie ein hoher Qualitätsanspruch bei Backwaren, Snacks und Kaffeespezialitäten. Junge ist mehrfach für seine Produkte, Mitarbeiterschaft, soziales Engagement und Innovationen ausgezeichnet worden und erhielt jeweils den „Branchen-Oscar“ für die Bäckerei sowie für herausragende Leistungen als Marken- und Systemgastronom im deutschsprachigen Raum.

Regionalität ist für uns Ährensache.

Norddeutsch mit Laib und Seele: Hanseatenbrot Nr. 1, Scharfer Segler oder Wikinger - die Namen unserer Produkte sind häufig eine kleine Ode an die Heimat: Norddeutschland. Hier sind wir seit vier Generationen zu Hause.

Und weil wir aus Liebe zur Natur die Wege kurz halten wollen, haben auch die meisten unserer Lieferanten eine norddeutsche Adresse. Ein spontaner Besuch in der Satower Mosterei oder bei Hemme auf dem Hof ist keine Seltenheit.

Ob Milch oder Saft aus Mecklenburg oder Niedersachsen, ob Mehl aus norddeutschen Mühlen oder Kaffee aus der Rösterei in Hamburg, ob Marzipan aus Lübeck – als Familienunternehmen sind wir fest in unserer Region verwurzelt. So suchen wir auch unsere Partner aus: möglichst aus der Region und soweit es geht Familienunternehmen, mit denen wir jahrzehntelang freundschaftlich verbunden sind und gemeinsam Höhen und Tiefen meistern.

Regionalität ist bei uns Ährensache, denn ...

- ... wir schonen das Klima durch kurze Transportwege und Lagerzeiten,
- ... die frischen Zutaten für unsere Produkte haben ein vertrautes Gesicht,
- ... unsere Landwirte sind wie wir in der Region verwurzelt und teilen unsere Werte,
- ... wir möchten die Wirtschaft unserer Region fördern, indem wir Arbeitsplätze sichern und Traditionsbetriebe unterstützen,
- ... unsere Lieferanten – oft Familienunternehmen wie wir – wohnen gleich um die Ecke.

Konditorei Junge GmbH
Hafenstraße 25
23568 Lübeck
www.jb.de



Mit smarten Tools zu höherer Produktivität

Martin Hollmann

Martin Hollmann ist geschäftsführender Gesellschafter der webschuppen GmbH, seit fünf Jahren im Verband DIE FAMILIENUNTERNEHMER und seit zweieinhalb Jahren im Hamburger Regionalvorstand aktiv. Ihm liegt die Entwicklung Hamburgs am Herzen.

Die webschuppen GmbH macht innovative webbasierte Unternehmenskommunikation. Das können die Unternehmenswebseite für den Mittelstand, Strategieberatung und auch Onlinemarketing sein.

In den letzten Jahren hat sich ein weiterer Schwerpunkt gebildet: die Konzeption und Umsetzung komplexer Software, die Unternehmen nach innen effizienter macht und Prozesse optimiert. Beispielsweise smarte

Tools, die auf Abteilungsebenen lästige Arbeiten durch kluge Algorithmen ersetzen und so Produktivität steigern. Oder sogar zur Vernetzung von Maschinen, die aus der Ferne cloudbasiert steuerbar werden.

Kunden sind Beiersdorf, Fielmann, Wera, SITA, Rühle, Späh u.v.m.. Alle Kunden sitzen in der Nähe, weil nur so erlebt werden kann, wie vor Ort echte Verbesserungen geschaffen werden.

webschuppen GmbH
Lerchenstr. 89b, 22767 Hamburg
www.webschuppen.com

Anzeige



MIT PLAN UND MUT ZUM ERFOLG

Vermögen sorgt für optimale Startbedingungen. Aber erst die Vermögensentwicklung vergoldet ihre Chancen. Um am Ende auf dem Treppchen zu stehen, muss man den Fokus schärfen, jede Kurve kennen – und alles im Blick behalten. Für Erfolge, die bleiben. Über Generationen.

Faszination zwischen Wachs und Wirklichkeit seit 1879 auf der Reeperbahn

Dr. Susanne Faerber

Ein Selfie mit Pop-Star Adele, der Queen und Angela Merkel? Gibt's doch gar nicht! Gibt es doch – im Panoptikum in Hamburg.

Das Panoptikum in Hamburg auf St. Pauli wurde 1879 gegründet und ist damit das älteste Wachsfigurenkabinett Deutschlands. Diese Tradition führt Familie Faerber in fünfter Generation bis heute fort – mit Hingabe, Sorgfalt und viel Liebe zum Detail. Denn: Die Ähnlichkeit zum Original ist kein Zufall. Sondern wahre Kunst.

Diese Kunst erleben Besucher auf über 700 m² Ausstellungsfläche. Das Panoptikum ist eine faszinierende Welt aus Wachs, in der Wirklichkeit und Fantasie miteinander verschmelzen. Aktuell werden mehr als 120 Persönlichkeiten aus Kunst und Kultur, Sport und Politik, Gesellschaft und Geschichte gezeigt – darunter viele Promis und echte Megastars. Das Beste:

Die Stars und Sternchen sind überhaupt nicht fotoscheu und warten geduldig auf das Erinnerungsfoto der privaten Paparazzi. Fotografieren ist in der Ausstellung ausdrücklich erlaubt, schließlich gehören Selfies mit den Wachsfiguren zu jedem Besuch im Panoptikum dazu!

Neben aktuellen Persönlichkeiten wie Moderatorin Barbara Schöneberger, Klimaaktivistin Greta Thunberg, Sängerin Helene Fischer, US-Präsident Donald Trump und Hollywood-Schauspieler Angelina Jolie werden auch historische Figuren wie Heinrich VIII., Albert Einstein und Friedrich von Schiller und lokale Prominente wie Olivia Jones und Udo Lindenberg präsentiert. Dieser Bezug zur Region ist Geschäftsführerin Dr. Susanne Faerber besonders wichtig und ein Alleinstellungsmerkmal des Wachsfigurenkabinetts. Das Panoptikum ist durch und durch ein wirkliches Hamburger Unternehmen mit langer Tradition und heute der älteste Betrieb auf dem Kiez, der immer noch im Besitz der Gründerfamilie ist. Seit der Gründung im 19. Jahrhundert befindet sich das Panoptikum am Spielbudenplatz auf St. Pauli und somit im Herzen der Stadt und dies soll auch zukünftig so bleiben.

Panoptikum Gebr. Faerber
Spielbudenplatz 3
20359 Hamburg
Tel.: 040 - 31 03 17
info@panoptikum.de
www.panoptikum.de



Anzeige

BRICKS BEAT

Das Afterwork Event in Hamburg's Innenstadt.
Signature Cocktails - Live Acts - Punch Hour

jeden Donnerstag ab 18 Uhr
BRICKS Bar



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

bricks.hamburg
#bricksbar



Technische Planen für Europa

Schleswiger Tauwerkfabrik Oellerking GmbH & Co. KG.

Von Nathalie Rieck



Christian Oellerking ist seit 1988 Geschäftsführer und Gesellschafter der Schleswiger Tauwerkfabrik Oellerking GmbH & Co. KG. Das Unternehmen mit Sitz in Schleswig an der Schlei produziert an drei Standorten in vierter Generation technische Textilien, die im Straßen-, Bahn- und Schiffsverkehr sowie in der Landwirtschaft zum Einsatz kommen. Das Unternehmen hat sich seit 1905 vom industriellen Tauwerkhersteller zu einem der Marktführer in Europa für Schutzplanenabdeckungen entwickelt.



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

Familienunternehmer genießen den Ruf, sehr resistent und belastbar mit Krisen umgehen zu können. Diese Kraft wird meines Erachtens in den kommenden Jahren besonders wichtig zur Gestaltung und Umsetzung einer „neuen Normalität“, die sich aus Corona und der Ukraine-Krise ergeben wird. Alle Fragen, die besonders Familienunternehmen beschäftigen – angefangen von der Unternehmens- und Mitarbeiterentwicklung bis hin zur Nachfolgeplanung – werden neu zu beantworten sein.

02 Wie zeigen sich die Auswirkungen der Corona-Pandemie und der Ukraine-Krise auf Ihren Betrieb und die Nachfrage Ihrer Kunden?

Nach mehr als zwei Jahren der Corona-Pandemie haben wir mittlerweile eine gute Balance zwischen Normalität und Schutzvorkehrungen erreicht. In unserer Zentrale in Schleswig kann durch die Einführung von flexiblen Arbeitszeiten und Homeoffice-Regelungen störungsfrei gearbeitet werden. Die Auswirkungen der Ukraine-Krise sind zum jetzigen Zeitpunkt nur vage zu erkennen. Am Produktionsstandort in Polen haben wir sehr plötzlich nahezu alle ukrainischen „Gastarbeiter“ und damit 25 % der Produktionskapazität verloren. Kurzfristig ist diese Lücke kaum zu schließen.

Beides führt zu laufenden Preiserhöhungen. Dies wirkt sich auf die Kosten, vor allem aber auf die Kaufkraft der Menschen aus. Meines Erachtens wird sich die Wirtschaft darauf einstellen müssen, für viele Jahre neue Strategien für Absatz- und Beschaffungsmärkte zu entwickeln.

03 Lieferketten haken, und Rohstoffmangel beeinflusst uns alle. Wie gehen Sie in Ihrem Betrieb damit um?

Unser Unternehmen hat in der Krise gelernt, wie wichtig es ist, langfristig gewachsene Kunden- und Lieferantenverbindungen zu besitzen. Ne-

ben Flexibilität waren besonders Verständnis und die Bereitschaft zum Entgegenkommen gefragt, da manch einer unverschuldet von der Pandemie betroffen war. Nur so konnte es gelingen, die große Anzahl von unvorhersehbaren Einflüssen immer wieder anzugehen und nach guten Lösungen zu suchen. Das war anstrengend, hat aber die Fundamente einer zukünftigen Zusammenarbeit deutlich gefestigt.

04 Was könnten Bund und Land tun, um uns Familienunternehmern, das Rückgrat der Wirtschaft, weiter zu unterstützen?

Bund und Länder können uns unterstützen für Kunden, Lieferanten als auch Mitarbeiter attraktiv zu sein. Wir wünschen uns von der Politik eine verlässliche und belastbare Infrastruktur. In einem Flächenland wie Schleswig-Holstein braucht es eine gute Datenversorgung, ein gut ausgebautes Straßenverkehrssystem und vor allen Dingen Schulen und Kitas, die den Menschen erlauben, die richtige Mischung aus Flexibilität, Mobilität und ökologischer Verantwortung zu finden.

05 In Schleswig-Holstein wurde jüngst ein neuer Landtag gewählt. Was ist Ihr größter Wunsch für die nächste Legislaturperiode?

Schleswig-Holstein war in den zurückliegenden fünf Jahren ein Paradebeispiel für einen innovativen Politikansatz – geprägt durch eine Drei-Parteien-Koalition, die durch eine neue Generation von Politikern angeführt wurde. Mein Wunsch ist, dass die neue Koalition diesen Weg fortsetzt und hoffentlich nicht parteitaktisches Kalkül zu einer Lagerbildung zurückführt, die bereits vergessen war und offensichtlich nach Einschätzung der Wähler nicht mehr zeitgemäß ist.

06 Was schätzen Sie am Norden und seinen Menschen?

Die (meisten) Menschen im Norden sind gelassen und besonnen. Unser Land ist ein Paradebeispiel für das gute Miteinander von Wirtschaft, Tourismus und Ökologie. Gerade die Corona-Pandemie hat in Schleswig-Holstein „jungen Urlaubsregionen“ zusätzlichen Auftrieb gegeben und auch den Zuzug aus Ballungsgebieten gestärkt. Ich hoffe, dass das gute Miteinander zwischen Gästen und Einheimischen erhalten bleibt und dass die sich abzeichnende hohe Immobiliennachfrage diese gewachsene Struktur nicht in Gefahr bringt.



Unternehmen:
Schleswiger Tauwerkfabrik Oellerking GmbH & Co. KG

Schwerpunkt:
Herstellung und Vertrieb von technischen Textilien für Straße, Schiene, Seefracht und Landwirtschaft

Gründungsjahr:
1905

Sitz:
Schleswig

www.oellerking.com

Verwurzelt in der Region – vernetzt mit der Welt

Rita Herbers & Steffen Wüsthof

Hamburg ist das Tor zur Welt, und die Metropolregion Hamburg gehört zu den wettbewerbsfähigsten Regionen Deutschlands und Europas – das sind die besten Voraussetzungen für den Erfolg mittelständischer Unternehmen vor Ort. Doch digitale Konkurrenz, technische Innovationen und neue Geschäftsmodelle machen nicht an Unternehmens- oder Ländergrenzen halt. Sinkt der Stellenwert regionaler Märkte in einer globalisierten Welt? Im Gegenteil! Warum vernetztes Wirtschaften immer wichtiger wird:

Unternehmen:
Hamburger Volksbank

Schwerpunkt:
Als Bank vor Ort kennt die Hamburger Volksbank die Unternehmen der Metropolregion Hamburg sowie die lokalen Wirtschaftsstrukturen sehr genau. Mit einem Kompetenzteam von über 60 Beratern und Spezialisten aus dem genossenschaftlichen Finanzverbund bietet sie maßgeschneiderte Lösungen in allen Phasen der Unternehmensentwicklung. Durch eine verantwortungsvolle Geschäftspolitik erzielt die Genossenschaftsbank seit über 160 Jahren nachhaltige Erfolge und verfügt über stabile Wachstumsspielräume für die Investitionsvorhaben ihrer Kunden und Mitglieder. Ihre zukunftsorientierte Strategie setzt die Bank im Geschäftsjahr 2022 mit dem Ausbau des Kreditgeschäfts erfolgreich fort.

www.hamburger-volksbank.de

Materialengpässe, steigende Rohstoffpreise und Frachtraten, gedehnte oder gerissene Lieferketten – die Auswirkungen der Corona-Pandemie und des Angriffskriegs gegen die Ukraine haben vor Augen geführt, wie empfindlich die globalisierte Wirtschaft sein kann. Das Thema Regionalität gewinnt damit wieder verstärkt an Bedeutung. Für den Mittelstand mit seinem Fokus auf Innovationen und Kundenähe ergeben sich hieraus Herausforderungen und Chancen zugleich. Denn aus Kundenperspektive wird der regionale Bezug ebenso immer wichtiger wie schnelle digitale Zugangswege. Eine wachsende Rolle kommt dabei dem Thema Nachhaltigkeit zu.

Regionale Vorteile und globale Vernetzung

Hamburg hat mit Großkonzernen, dem Hamburger Hafen sowie einer Vielzahl an starken Branchen und Clustern eine gute Ausgangsposition im nationalen Standortwettbewerb und gehört zu den dynamischsten Metropolen der Europäischen Union. Gleichzeitig ist die Hansestadt durch einen starken und oft familiengeführten Mittelstand geprägt. Genau aus dieser Verbindung ist eine mittelständische Trägerschaft für Spezial-Know-how und Technologie-Führerschaft entstanden, aus der sich eine Zulieferung an diese Großkonzerne und in die ganze Welt entwickelt hat.

Regionale Vorteile:

- Regionalität als Alleinstellungsmerkmal und Wettbewerbsvorteil
- Kenntnisse des regionalen Marktes, der Menschen und deren Bedürfnisse
- persönliche Kundenbeziehungen mit kurzen Entscheidungswegen
- Spezialisierung und Technologie-Führerschaft vor Ort
- regionale Netzwerke und Übernahme von regionaler Verantwortung
- Transparenz und Vertrauen zum Unternehmen, zu Produkten und Lieferketten

Regionalität und Kundennähe

Stärke und Wandlungsfähigkeit hat der Hamburger Mittelstand besonders auch in der Coronakrise bewiesen. Um die Kundennähe aufrecht zu erhalten und den geänderten Kundenwünschen nach digitalen Kontaktpunkten und schnellen Abwicklungen zu entsprechen, wurde die digitale Transformation in mittelständischen Unternehmen mit Hochdruck vorangetrieben. Mit globalen Vernetzungen und neuen Lieferketten konnten neue Wachstumsoptionen geschaffen werden, um dem vor allem durch die Digitalisierung verschärften Wettbewerb zu begegnen. Ebenso gewinnen regionale bzw. nationale Lieferketten vor dem Hintergrund von Krieg und Krisen sowie zunehmenden Nachhaltigkeitsanforderungen weiter an Bedeutung.

Regionalität neu denken:

- Erweiterung des regionalen Wirtschaftsraums um neue internationale Vernetzungen und digitale Marktmöglichkeiten
- Erweiterung des stationären Vertriebs um digitale Zugangswege
- Kundennähe unabhängig von Betriebsgrößen und Wirtschaftsräumen neu definieren: regional und digital

Lokal verankert – überregional vernetzt

Mit unserem Förderauftrag als Genossenschaftsbank ist die Hamburger Volksbank in besonderer Weise im regionalen Wirtschaftsleben verwurzelt. Unsere Stärken liegen in der genauen Kenntnis des Marktes, dem persönlichen Kontakt zu den Unternehmen und

Menschen in der Region sowie in der ausgeprägten Vernetzungsstruktur, die wir regional innerhalb der Metropolregion Hamburg und global über die genossenschaftliche Finanzgruppe stetig ausbauen. In dieser Aufstellung ist ein omnikanales Angebot essenziell. Dazu gehören insbesondere schnelle Lösungen im digitalen Banking und der Ausbau unserer Serviceexzellenz.

Von dieser Verbindung aus regionaler Kundennähe und globaler Finanzmarktexpertise profitieren insbesondere unsere Mittelstandskunden für ihre Finanzierungsvorhaben, denn ein Agieren über Ländergrenzen hinweg stellt Unternehmen vor besondere finanzielle Herausforderungen:

- Zusammen mit unserem genossenschaftlichen Finanzpartner DZ BANK bieten wir als regionaler Ansprechpartner Orientierung durch eine individuelle Beratung und ein flexibles Lösungsportfolio für die internationale Dynamik.
- Begleitung bei Exportvorhaben oder der Expansion in neue Märkte
- Internationale Lieferketten erfordern internationales Banking mit den entsprechenden Finanzierungsmöglichkeiten.

Fazit: Die Vorteile der Regionalität beweisen sich auch für die Zukunft in einer globalisierten Welt. Der Hamburger Mittelstand hat das nachhaltige Potenzial, durch vernetztes Wirtschaften Kundennähe sowohl vor Ort als auch digital zu leben und seine Wettbewerbsfähigkeit durch globale Wertschöpfungsketten und Absatzmärkte auszubauen. Die Hamburger Volksbank unterstützt ihre Kunden als Partner des Mittelstands mit weltweiter Expertise und persönlicher Beratung vor Ort.



Initiative FRAU UNTERNEHMER

Von Niklas König



Knapp 1.000 Unternehmerinnen sind derzeit bei DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER organisiert – mit steigender Tendenz. Die Erfahrung der letzten Jahre zeigt: Nachfolge wird zunehmend weiblicher. Ziel der Initiative FRAU UNTERNEHMER von Unternehmerinnen für Unternehmerinnen ist es daher, die weiblichen Mitglieder der beiden Verbandsteile stärker in einen generationenübergreifenden Erfahrungsaustausch zu bringen sowie die Sichtbarkeit von Unternehmerinnen zu stärken. FRAU UNTERNEHMER wendet sich an Unternehmerinnen in operativer Verantwortung bzw. Nachfolgerinnen, die dies anstreben.

Als Austauschplattform veranstaltet FRAU UNTERNEHMER regelmäßig persönliche Treffen und gemeinsame Aktivitäten im Bundesgebiet und auf regionaler Ebene. Weibliche Unternehmensnachfolge, die Sichtbarkeit von Familienunternehmerinnen in Medien und Öff-

entlichkeit sowie die Vereinbarkeit von Unternehmertum und Familie sind Themen, denen sich FRAU UNTERNEHMER unter anderem widmet. Erfahrungen werden bei uns auf direktem persönlichem Weg von Unternehmerin zu Unternehmerin vermittelt. Auch auf digitaler Ebene ist FRAU UNTERNEHMER aktiv. Die Plattform bietet zahlreiche Möglichkeiten zum Austauschen, Mitreden und Vernetzen.

Nach der erfolgreichen digitalen Auftaktveranstaltung am 10. Juni 2021 der Initiative FRAU UNTERNEHMER trafen sich am 5. Oktober 2021 55 Unternehmerinnen, Nachfolgerinnen und Gründerinnen in Präsenz in Düsseldorf. Die Fortsetzung fand am 1. Juni 2022 in Frankfurt am Main statt.



Fraktionsempfang der SPD Hamburg

Von Annegret Weitkämper-Krug



Kai Teute, Annegret Weitkämper-Krug, Hansjörg Schmidt

DIE FAMILIENUNTERNEHMER auf dem Fraktionsempfang der SPD Hamburg

Am 12. Juni hatte die SPD zum feierlichen Empfang in den großen Festsaal des Rathauses geladen. 850 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft waren der Einladung gerne gefolgt. Und selbstverständlich waren auch wir FAMILIENUNTERNEHMER bei diesem Event vertreten. Die Vorstandsmitglieder des Regionalkreises Metropolregion Hamburg, Annegret Weitkämper-Krug und Kai Teute, vertraten unseren Verband und seine Interessen. Ihr Gespräch mit dem wirtschaftspolitischen Sprecher der SPD, Herrn Hansjörg Schmidt, zeigte einmal mehr, wie wichtig die Vernetzung und der offene Austausch zwischen Wirtschaft und Politik ist.

In seiner Rede gab Hamburgs Erster Bürgermeister Peter Tschentscher einen Ausblick auf ein Jahrzehnt des nachhaltigen Wandels und die damit verbundenen großen Herausforderungen für die Zukunftsstadt Hamburg. Er unterstrich zu-

dem die Bedeutung der Hafenwirtschaft für die Hansestadt und betonte die strategische Partnerschaft zwischen Hamburg und Kiew. Diese hat Tschentscher im April diesen Jahres gemeinsam mit Kiews Bürgermeister Vitali Klitschko auf den Weg gebracht und damit ein klares Signal der Unterstützung für die Ukraine gesendet. Svenja Schulze, Bundesministerin für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, erläuterte in ihrer Rede die Auswirkungen des Ukraine-Krieges auf die weltweite Ernährungskrise und bedankte sich bei der Stadt Hamburg für die Unterstützung. Darüber hinaus berichtete sie aus ihrer aktuellen Arbeit und erläuterte, welche Antworten auf die globalen Krisen notwendig seien.

Ein rundum gelungener Auftakt für einen weiteren Austausch.

Jenseits von Afrika 2.0

Von Falk Röbbelen



Relationship Kaffeerösterei!
Was ist denn das? Nadine Ngari hat sehr genaue Vorstellungen davon!

Kenia, 120 km von Nairobi entfernt. Dort hatte er ein Waisenhaus gegründet mit zurzeit 26 Kindern (www.orphans-hope.de), doch Teile des großen Grundstücks lagen brach. Sein Sohn, Nadines Mann, ist zwar im Vorstand des Vereins, der das Waisenhaus betreibt, mag jedoch keine Vogelspinnen, die sich wiederum dort sehr gern aufhalten, und so fühlt er sich in Hamburg und im Online-Marketing wohler.

Ganz anders Nadine – die hatte der Kaffee nun vollends gepackt. Zwar wurde der eigene Kaffee erst im vergangenen Jahr gepflanzt und kann somit erst 2025 geerntet werden, doch bis dahin verkauft sie voller Überzeugung den Arabica ihres Cousins aus Uganda. Diesen Arabica röstet sie selbst, und zwar in einem Loring-Roaster. „Der Rolls-Royce unter den Röstmaschinen“, sagt sie, und ihre Augen glänzen. Sie lebt ihr Produkt.

Doch dann kam Corona. Die Möglichkeiten der Verkostung und die Vertriebschancen brachen ein. Aber aufgeben ging nicht! Zum Glück brachte ein Nachbar sie auf die Idee, den Kaffee auf Wochenmärkten anzubieten. Das ist aufwendig, schwer kalkulierbar, war aber die Rettung während Corona.



Wir reisen zurück ins Jahr 2017 – Nadines Elternzeit geht zu Ende, dann folgt überraschend die Kündigung und schließlich eine Familienzusammenführungs-Reise – und plötzlich ist sie da, die Idee: The Coffee Board! Die Eltern ihres Mannes stammen aus Uganda und Kenia, und so reiste Nadine Ngari mit ihrem Mann, ihrem Sohn, ihren Eltern und ihrer Schwester zu seiner Familie. Sie besuchten den Cousin in Kampala, Uganda, der aber – untypisch für diese Gegend – nicht mit Commercial-Kaffee (Robusta), sondern mit High-Specialty-Arabica-Kaffee arbeitet. Das bedeutet: An alles – das Sortieren, Pflücken, Waschen, Trocknen, Schälen – werden höhere Ansprüche gestellt.

Nadine fing Feuer für dieses Naturprodukt und begann mit dem Vertrieb des Cousin-Kaffees in Europa. Das machte ihr bei allen Herausforderungen großen Spaß. Und so wurde 2019 das „The Coffee Board“-Logo gebastelt und die Marke eingetragen. Die ersten Säcke wurden verkauft, und ein weiteres Jahr später traute sie sich auch an das Grundstück des bereits verstorbenen Schwiegervaters am Mount



Zwischenzeitlich beherrscht sie die ganze Wertschöpfungskette vom Anbau über den Import bis zum Rösten. Zwar kann man den Ngari-Familien-Kaffee nach wie vor nur online kaufen – nun allerdings auch bei Tchibo. Die Seite von Tchibo (Tchibo.de/roasted) verkauft Kaffee mit Geschichten, und eine davon ist Nadines Geschichte: Ihr Mount Elgon-Kaffee aus Uganda ist einer der ausgewählten Specialty Coffees.

Ja, natürlich wird sie immer wieder auf „Jenseits von Afrika“ angesprochen – auch von mir. Sie lacht darüber, und doch gibt es Parallelen zu dem Film, denn auch sie ist eine starke Frau, die ihren Traum lebt. So wird auch klar, was mit „Relationship Rösterei“ gemeint ist:

„Wir wachsen mit unseren Produzenten, und sie wachsen mit uns.“ Und dass „The Coffee Board“ wächst, daran habe ich kein Zweifel!

Für den, der es ausprobieren möchte, hat Nadine folgendes Angebot: Feelgood Management – der eigene Kaffee für dich und deine Kollegen! Nadine kommt zur Verköstigung persönlich vorbei und erstellt mit den Kunden eine individuelle Kaffeemischung, die sie dann immer frisch geröstet liefert. Firmen, die sich von Nadine ihren eigenen Kaffee zusammenstellen lassen möchten, erhalten die Kreation des Röstprofils gratis (Ersparnis: 250 €).

www.thecoffeeboard.com



Die glücklichen Waisenkinder vom Mount Kenia

Anzeige

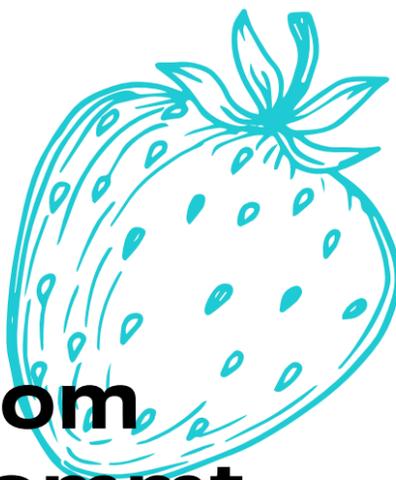
WEITERE INFORMATIONEN - TEL.: 040 54 88 76 86 ODER UNTER FALLENSIEAUF.DE

TAXI AD
DIGITAL

KONKURRENZLOS GÜNSTIG.
DIGITALE TAXIDACHWERBUNG, WANN UND WO SIE WOLLEN

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





Wenn der Dom nach Hause kommt

Fruchtspieße mit Musik(er)

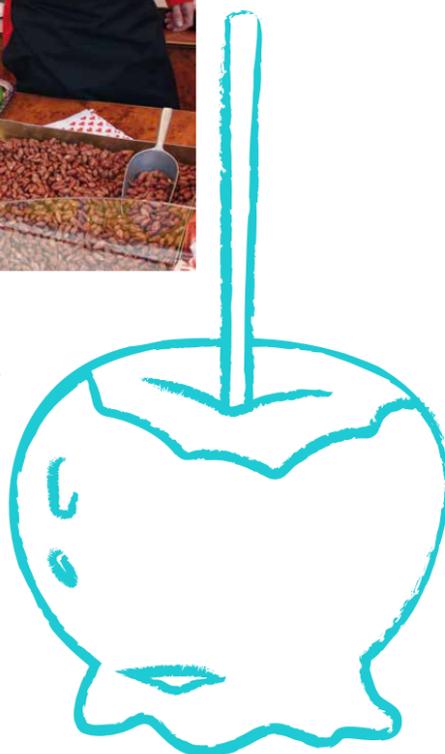
Von David Friedemann

Zuckerwatte, Liebesäpfel und gebrannte Mandeln – seit Generationen lockt das Jahrmarkts-Naschwerk Klein und Groß. David Friedemann hat sich auf dem Hamburger Dom auf die Suche nach den Herstellern der süßen Leckereien gemacht und dabei Ron Cazzato kennen gelernt. Bei ihm sind nicht nur die Fruchtspieße hitverdächtig.



Der Hamburger Dom hat seinen Ursprung bereits im 11. Jahrhundert, als Händler und Handwerker, Gaukler und Quacksalber begannen, Schutz vor Wind und Wetter im Hamburger Marien-Dom zu suchen. Dort blieben die Händler und Schausteller, bis das Gebäude 1804 abgerissen wurde. Seit 1893 residieren sie nun auf dem Heiligengeistfeld, wo sich das Volksfest peu à peu zu dem berühmten Hamburger Dom entwickelt hat, wie wir ihn kennen und lieben. Im Lauf der Zeit hat er nichts von seiner Faszination verloren und sorgt

heutzutage dreimal jährlich für strahlende Kinderaugen, Herzklopfen, neue Freundschaften, Glück, Freude und vieles mehr. Damit dies so bleibt, geben rund 260 Schausteller und 110 Gastronomiebetriebe alles, um das Funkeln in den Augen der 1,2 Millionen Besucher zu wecken.



Ron Cazzato ist Teil der Dom-Familie. Der Familienbetrieb „Himmlicher Fruchtetraum“ bietet frisch gebrannte Mandeln, Fruchtspieße mit feinsten belgischer Schokolade, Zuckerwatte, Liebesäpfel – kurz: alles, was Schleckermäulern Freude macht. Bereits mit neun Jahren stand er das erste Mal hinter dem Verkaufstresen.

Angefangen hatte alles, als seine Mutter 1983 den Lebkuchenherzen-Schreiber von Hamburg, Hartmut Clauß, heiratet.

Von da an dreht sich in der Familie alles um den Zuckerwagen und liebevoll gestaltete Lebkuchenherzen. „Andere sind in den Sommerferien in einen Cluburlaub gefahren – wir haben Mandeln gebrannt und Weintrauben gepult“, lacht Ron Cazzato. „Als Kind und in der Jugendzeit war der Dom natürlich unglaublich spannend. Alles ist wie eine bunte Bühne: Man darf alle Fahrgeschäfte umsonst fahren und hat überall Freunde und Bekannte.“ Obwohl es ihm im Blut liegt, die Menschen zum Lächeln zu bringen und den kurzen Moment des Zuckerwat-

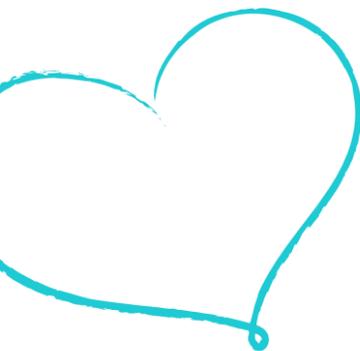
te-Drehens zum Event zu machen, hatte er lange Zeit gar nicht geplant, das Geschäft der Familie zu übernehmen.

Bevor es Cazzato zurück in den leuchtenden Verkaufswagen zog, stand er für mehr als 10 Jahre auf den großen Bühnen der Welt. Mitte der 90er Jahre gründete er die Band 4Lyn und erlebte eine Geschichte, wie sie sich jeder Musiker wünscht: 4Lyn wurde bei einem Auftritt entdeckt und kam im Jahr 2000 bei Universal Music unter Vertrag. Es folgten sieben Alben, Musikvideos und Touren durch Europa, Amerika und Asien. „Wir waren zur richtigen Zeit am richtigen Ort, und unsere Songs waren Zeitgeist“, erinnert sich Ron Cazzato. Erfolg, viele Reisen, ein Leben in Hotels, kreischende Fans – doch 2009 zog es ihn das erste Mal zurück nach Hause, und er nahm sich eine kurze Auszeit von der Musik. „In dieser Zeit habe ich durchgehend bei meinen Eltern gearbeitet. Es war einfach ein derart gutes Gefühl, dass ich mir plötzlich vorstellen konnte, eines Tages das Geschäft zu übernehmen.“



Anzeige





2013 war die Zeit mit 4Lyn zu Ende. „Obwohl die Band nach und nach zerfiel, hatte ich immer engen Kontakt zu unseren Fans. Selbst nach dem gemeinsamen Aus sind die Freundschaften und Kontakte nie abgerissen“, lächelt Ron Cazzato. „Es war genau diese Loyalität, die sieben Jahre später den Grundstein für meine heutige Firma legen sollte.“

Im Jahr 2020 starb sein Vater Hardy – Hartmut Clauß. „In unserer Branche steht meist ohne Diskussion fest, wer als nächstes in die Fußstapfen tritt. In diesem Fall war ich an der Reihe“, berichtet Ron Cazzato von seinem Start in die unternehmerische Mit-Verantwortung des Familienbetriebes. Im selben Jahr begann auch die Corona-Pandemie mit den bekannten Einschränkungen – nicht nur für Schausteller eine unwirtliche Zeit. Der „Himmlische Früchtetraum“ war plötzlich ohne Dom, ohne Hafengeburtstag – wie ein Sänger ohne Konzerte, ohne jegliche Art von Veranstaltungen. „Als Künstler muss man sich immer auf neue Situationen einstellen. Doch diese Situation war völlig anders:

Ich wusste, dass ich ab diesem Zeitpunkt richtig kreativ werden muss, um am Leben zu bleiben“, blickt Ron Cazzato zurück.

„Der Künstler in mir wusste, dass eine Krise der Nährboden für etwas komplett Neues sein kann: Erst, wenn du mit dem Rücken zur Wand stehst, beginnst du, über das Gewohnte hinaus zu denken.“ Aus dem engen Kontakt zu den Fans aus der Zeit mit 4Lyn, vielen Gesprächen und cleveren Marketingideen entstand die Idee für einen Online-Bestellservice. Unter fruchtetraum.online finden sich neben den beliebten Klassikern auch sogenannte



fruchtetraum.online

„Minispieße mit Buffet-Charakter“ zum Bestellen. Zudem kann sich der Kunde seine Spieße selbst zusammenstellen – super praktisch für Veganer und Menschen mit Nahrungsmittelunverträglichkeiten.

Nicht nur Dom-Besucher haben die Lebkuchenherzen von Hartmut Clauß erfreut.



Anzeige

Am Anfang unterstützten viele Privatpersonen das Projekt, und als wieder die ersten privaten Feierlichkeiten stattfinden durften, gingen auch die ersten Bestellungen ein. Im Anschluss daran bestellten erste Unternehmen eine süße Aufmunterung für ihre Mitarbeiter. „Da der Einsatz mit unserem Verkaufshänger zu kostenintensiv gewesen wäre, habe ich mich kurzerhand in die Küche eines befreundeten Gastronomen eingemietet“, so Cazzato. „Am Ende des Tages wollte ich den Kunden genau den Frischegrad bieten, den sie aus unserem Verkaufshänger gewohnt sind.“

„Das musst du unbedingt probieren: einfach nur perfekte Früchte und beste belgische Schokolade. Zum Niederknien! Damit ist man bei jedem Date ganz vorn mit dabei“, schwärmt Ron Cazzato. Und da ist er wieder, der Dom-Moment. Auch beim Telefoninterview läuft uns sofort das Wasser im Mund zusammen, und es wird höchste Zeit für unsere erste Bestellung: Erdbeeren mit Zartbitterschokolade.



Danke an alle, die helfen!



© World Vision

Nothilfe Ukraine: **jetzt spenden!**

Es herrscht Krieg mitten in Europa. Millionen Kinder, Frauen und Männer bangen um ihr Leben und ihre Zukunft.

Aktion Deutschland Hilft leistet den Menschen Nothilfe. Gemeinsam, schnell und koordiniert. **Helfen Sie jetzt – mit Ihrer Spende.**



Spendenkonto: DE62 3702 0500 0000 1020 30
Spenden unter: www.Aktion-Deutschland-Hilft.de



Aktion Deutschland Hilft
Bündnis deutscher Hilfsorganisationen

Auf „global“ folgt „regional“!

Internationale Arbeitsteilung im Wandel

Von Sven Höppner



Unternehmen:

Werner Wirth Unternehmensgruppe

Schwerpunkt:

Elektronik verbinden und dauerhaft schützen!

Steckverbinder und Kontaktelemente für die Elektronik: Produktion mechatronischer Komponenten, Kabelkonfektion, Baugruppen- und Geräte-montagen, Polymere für die Elektronik und deren Verarbeitungstechnik, Kunststoffspritzguss und Werkzeugbau

Firmensitz:

Hamburg

Gegründet:

1962

www.wernerwirth.com

www.ww-molitics.com

Seit Jahren werden uns Krisen serviert. Nicht, dass wir Unternehmer nicht mit Krisen umgehen könnten. Und ja, jede Krise bietet unzweifelhaft auch Chancen. Aber mittlerweile muss ich schon zweimal nachdenken, um der sich ergebenden Situation positive Möglichkeiten abzugewinnen. Wagen wir also im Juni 2022 einmal einen Blick auf die aktuelle Lage:

Mittlerweile haben wir sicherlich verstanden, dass jede akute Krise wie ein Brennglas auf notwendige Transformationen hinweist und den „Need of Change“ beschleunigt. Die Eurokrise hat uns unsere Finanzierungsstruktur überdenken lassen und neben dem klassischen Kontokorrentkredit auch andere Finanzierungsformen salonfähig gemacht. Die Corona-Pandemie hat Digitalisierung in allen möglichen Bereichen beschleunigt und den Verbraucher daran gewöhnt, sie zu nutzen – soweit zu den Auswirkungen auf das unternehmerische Tagesgeschäft. Schauen wir im globalen Scope auf die Welt und versuchen, die Auswirkungen auf die

Unternehmensstrategie zu beleuchten: Die Einhegung des Klimawandels erzeugt in den westlichen Industrienationen eine Transition hin zu einem Zero-Footprint hinsichtlich CO₂-Emissionen für jegliche Leistungserstellung. Die Internalisierung externer Effekte soll über die gesamte Lieferkette sichergestellt werden. Parallel wird in puncto Nachhaltigkeit zunehmend auf die 17 SDGs der UNO referenziert (<https://unric.org/de/17ziele/>) und das Ganze schon einmal in ein Lieferkettengesetz gegossen. Nun ist zusätzlich ein Krieg in Europa ausgebrochen und stellt unerwartet jede Gesetzmäßigkeit der bisher geltenden Sicherheitsarchitektur infrage. Er verursacht Sanktionen, die eine Energiekrise auslösen. Neben der klimawandelbedingten CO₂-Vermeidungsvorgabe kommt jetzt noch ein marktbeeinflussendes Sanktionsregime hinzu. Es wird nicht nur das „Was und wie wird es produziert?“, sondern auch noch das „Mit wem wird es gehandelt?“ beschränkt.

Wie geht es weiter?

Wenn mein Produkt oder meine Dienstleistung in der kompletten Erstellung klimaneutral und nachhaltig sein muss, dann werden neben der Frage von Menschenrechten in Minen der Rohstoffgewinnung über die sozialen Standards bei Produzenten bis hin zum CO₂-Footprint des Transportes jegliche Negativelemente kostenbewährt und fließen in den Erstellungswert ein. Bedeutet das, dass der horrende Preis für den Containerversand Asien/Europa – verschuldet durch eine Mischung aus Lockdowns und Sanktionen – nur ein Vorgeschmack auf die Kosten des CO₂-freien Transports über die Weltmeere/-lüfte ist? Wie weise ich meinen Kunden nach, dass am Vorprodukt in Afrika keine Kinderhand im Spiel war? Sind unter der Risikobetrachtung eines Lieferkettengesetzes meine aktuellen Lieferanten in Drittstaaten wirklich so preiswert?

Führen die sanktionsbedingte Verknappung von Rohöl und die damit verbundenen nachhaltigen Preissteigerungen ggf. dazu, dass wir den früher als unbezahlbar geltenden E-Fuelpreis von 1,80EUR/l plötzlich als Segen wahrnehmen? Erzeugt der Ausstieg aus russischem Gas ggf. eine Beschleunigung der Produktion oder Anlandung von Wasserstoff in Norddeutschland? Führt in der Folge die Energiedichte in Norddeutschland zu einer Verschiebung der industriellen Produktionsschwerpunkte und damit zu einer Neubewertung der deutschen bzw. europäischen Standortfaktoren?

Das umfassende Regelwerk für diese Wirtschaft von morgen ist noch im Entstehen, aber für mich kristallisiert sich deutlich heraus:

Der Betrieb von internationalen Lieferketten wird insbesondere für die mittelständische Industrie herausfordernder.

Die Auswirkungen auf die internationale Wettbewerbsfähigkeit der europäischen respektive deutschen Wirtschaft sind in diesem Prozess ebenfalls noch im Unklaren. Ich persönlich vermute grundsätzlich eine Deglobalisierung der Wertschöpfungsketten hin zu einer Regionalisierung der Lieferketten. Cradle2Cradle-Konzepte werden zunehmen, ebenso die Produktvarianz. Auch die Ressourcenaufwendungen werden minimiert – nicht monetär motiviert, sondern für mehr Nachhaltigkeit.



All dies zusammen wird die Attraktivität reiner verlängerter Werkbänke in Drittstaaten mittelfristig sinken lassen.

Diese Einschätzung ist der Hauptgrund, weshalb ich mit unserem Unternehmen, der Werner Wirth Gruppe, die Wachstumsstrategien in der kurz- und mittelfristigen Planung auf Deutschland und Europa fokussiere. Gerade erst haben wir in Stade einen weiteren Produktionsstandort in der Metropolregion Hamburg übernommen, und die Planungen laufen, den Fertigungsstandort in Sachsen durch einen Werksneubau mit mehr und vor allem effizienterer Kapazität auszustatten.

Anzeige



**HAMBURGER
VERSORGUNGSWERK**
Betriebsrente für den Mittelstand

GESUNDHEIT KANN MAN NICHT KAUFEN?

Doch, mit einer betrieblichen
Krankenversicherung*!

Budgettarife
ab **9,90 €**
pro Monat/ Mitarbeiter



*zum Beispiel von Allianz, Axa, Barmenia oder SDK

Der Norden muss auf Mittelstandskurs bleiben

Von Nathalie Rieck



Nachdem es in Schleswig-Holstein nicht zu einer Neuauflage der Jamaika-Koalition kommen wird, will die CDU um Ministerpräsident Daniel Günther nun gemeinsam mit den Grünen eine neue Regierung bilden. Diese steht beim Klimawandel, der Verwaltungsdigitalisierung oder auch der Garantie einer sicheren Energieversorgung vor großen Herausforderungen und wird sie zukünftig ohne das marktwirtschaftliche Korrektiv der FDP bewältigen müssen. Daher ist umso wichtiger, dass die neue schwarz-grüne Regierung den Anspruch verfolgt, möglichst eng mit der Wirtschaft zusammenzuarbeiten – denn die aktuellen Aufgaben lassen sich nur gemeinsam mit den Unternehmen im Land bewältigen, nicht gegen sie.

Nur dann kann auch der Auftrag der Wähler erfüllt werden, den bisherigen Kurs fortzusetzen:

Es gilt weiterhin, Schleswig-Holstein zum mittelstandsfreundlichsten Bundesland zu machen.

Angesichts des ökologischen und digitalen Wandels sowie der internationalen Krisen braucht Schleswig-Holstein eine Regierung, die Tempo macht.

Ganz oben auf der politischen Agenda muss dafür die Bekämpfung des Fachkräftemangels stehen. Dieser ist mittlerweile in einigen Branchen bereits zu einem allgemeinen Kräfteemangel geworden – und einem der größten Wachstumshemmnisse für die schleswig-holsteinische Wirtschaft. Viele Hebel müssen in Bewegung gesetzt werden! Ein besseres Standortmarketing kann dabei helfen, gezielt Fachkräfte aus Deutschland und dem Ausland anzuwerben. Gleichzeitig muss das Nachwuchspotential vor Ort besser ausgeschöpft werden: Mehr MINT-Bildung an den Schulen, die Digitalisierung der beruflichen Bildung sowie eine zielorientierte Berufsorientierung gehören ins Aufgabenheft der neuen Landesregierung.

Mindestens genauso wichtig wie das Schließen der Fachkräftelücke ist eine umfassende Entbürokratisierung – verbunden mit dem notwendigen Mentalitätswandel in den Behörden.

Denn die Energiewende bietet nur dann Wachstumschancen für Schleswig-Holstein, wenn Unternehmen schnell und unkompliziert in umweltschonende Technologien und Zukunftsprojekte investieren können und keine Ressourcen in langwierigen Verwaltungsverfahren vergeuden: Nur wenn Schwarz-Grün hier Tempo macht, werden wir im nationalen und internationalen Wettbewerb bestehen und können unsere geografische Lage gewinnbringend ausspielen.

Die dritte zentrale Aufgabe ist der konsequente Ausbau der notwendigen Infrastruktur. Politischer Streit und Verzögerungen bei dringend benötigter Infrastruktur sind gerade in den aktuellen Krisenzeiten eine Belastung, die wir uns nicht erlauben können. Bei wichtigen Bauprojekten wie der A20, der A21 und dem LNG-Terminal in Brunsbüttel muss auch eine schwarz-grüne Regierung unmissverständlich an einem Strang ziehen – nur so kann Schleswig-Holstein die Energiewende dafür nutzen, um mehr Industrie anzusiedeln und damit Wertschöpfung und Wohlstand im Land zu steigern.

Vermutlich ist Schleswig-Holstein in Zeiten der Energiewende das Bundesland mit den meisten wirtschaftlichen Chancen: Die kommende Ansiedlung des Batterieherstellers Northvolt in Dithmarschen mit mehr als 3.000 Mitarbeitern ist mehr als ein Signal!

Um die großen Herausforderungen zu bewältigen, leisten die Familienunternehmer ihren Beitrag – für die oft seit Generationen fest vor Ort verwurzelten Betriebe ist klar: Schleswig-Holstein wird in Zukunft ein sehr viel stärkerer Wirtschaftsstandort sein, wenn die Segel richtig gesetzt werden!

Anzeige

KALAND
IMMOBILIEN MANAGEMENT

Gestalten, statt (nur) verwalten.

Wir unterstützen Ihre Immobilieninvestitionen umfassend und mit unternehmerischer Weitsicht.



PROPERTY
MANAGEMENT



ASSET- / INVESTMENT-
MANAGEMENT



PROJEKT-
STEUERUNG



PROJEKT-
ENTWICKLUNG



Wenn die Zukunft in der Vergangenheit liegt

Rückbesinnung auf die Vorteile regionaler
Herstellung und Vermarktung

Von David Friedemann

Der HAMBURGER UNTERNEHMER besucht Ratscherrn. Bei der Inhaberfamilie Nordmann wandeln wir auf den Spuren großer Hamburger Braukunst.

Inmitten des historischen Gebäudeensembles der Schanzenhöfe an der Lagerstraße zwischen Messe, Sternschanze und Fleischgroßmarkt befindet sich seit 2012 die Ratscherrn Brauerei. Das zentral gelegene Areal der ehemaligen Viehhallen geriet lange Zeit nahezu in Vergessenheit. An den Backsteinfassaden nagte der Zahn der Zeit, und bis Anfang der 2000er Jahre wurden die Hallen für eine Go-Kart-Bahn genutzt – der ideale Raum, um nicht nur den Standort, sondern auch die Hamburger Braukunst neu zu beleben. Gegründet wurde die Ratscherrn Brau-

rei bereits 1952 von der Elbschloss Brauerei. Nach mehreren Übernahmen ging die Marke später an die Holsten-Brauerei, musste jedoch auf Entscheidung des Bundeskartellamtes abgegeben werden. So gelangten 2005 zuerst die Vertriebsrechte und später auch die Brau- und Markenrechte in die Hände der Familie Nordmann. Die Nordmanns haben es sich zur Aufgabe gemacht, die Marke Ratscherrn nicht nur neu auszurichten, sondern sie zur ersten Adresse für Hamburger Bierspezialitäten zu machen.





Niklas Nordmann ist Teil der Geschäftsleitung der Ratsherrn Brauerei. Er empfängt uns in dem an die Brauerei angeschlossenen Showroom und Store. An den Wänden stapeln sich zahllose Biersorten – größtenteils, doch nicht allein aus eigener Herstellung. Hinzu kommt ein breites Sortiment unterschiedlichster Merchandise-Artikel für Liebhaber der Marke. Ein Tresen mit Ausschank in der Raummitte ermöglicht es, das vor Ort gebraute Bier im sogenannten Ratsherrn-Growler, einer nachfüllbaren 2-Liter-Flasche, braufrisch abfüllen zu lassen. „Frische ist für uns nicht nur ein, sondern der entscheidende Faktor“, verrät Nordmann. Getränke und vor allem Bier haben in der Familie Tradition. Bereits 1908 gründete sein Ururgroßvater Fritz Nordmann einen Bierverlag (dieses Wort ist ein historischer Begriff für „Getränkegroßhandelsunternehmen“) und brachte das Bier mit Pferdewagen zu seinen Kunden.

„Historisch gesehen hat man in Hamburg schon immer Brautradition gelebt. In der Blütezeit gab es 527 Brauereien auf dem Hamburger Stadtgebiet. Auch wiederentdeckte Spezialitäten wie Rotbier und India Pale Ale wurden bereits vor Hunderten von Jahren in Hamburg gebraut“, führt uns Niklas Nordmann kurz in die Hamburger Braugeschichte ein. Im Laufe der Zeit hat sich diese Tradition stark gewandelt. Viele kleine Brauereien gaben ihr Geschäft auf, und einige wenige große Marken übernahmen das Feld. Regionalität war immer weniger gefragt. Das bekam auch die Marke Ratsherrn zu spüren, die bis auf Ausnahmen nur noch vereinzelt in Eckkneipen zu finden war. „Dabei war Ratsherrn noch in den 70er Jahren die meistverkaufte Pilsmarke in Hamburg“, schließt er an.

Überall zu sehen ist das neu gestaltete Ratsherrn-Logo. Die unverwechselbare Bildmarke transportiert nicht nur den neu ausgerichteten Charakter, sondern verbindet gewissermaßen Vergangenheit und Zukunft der regionalen Marke. Pate für das Signet stand Großvater Fritz Nordmann: Mit offenem, zukunftsgerichtetem Blick und markantem Mühlsteintragen, auch als „Hamburger Halskrause“ bekannt, läutet er die neue Generation regionaler Braukunst ein. „Wir haben im Stadtarchiv alles über die Braukunst und die Biermarken der Stadt recherchiert. Dabei sind wir neben spannenden Biersorten auch über einige Kuriositäten der Bierwerbung gestolpert“, verrät Niklas Nordmann.



RATSHERRN
HAMBURG

Die unverwechselbare Bildmarke verbindet Vergangenheit und Zukunft der regionalen Marke.

Unternehmen:
Ratsherrn Brauerei GmbH

Schwerpunkt:
Ratsherrn ist ein kleines Team in den Schanzenhöfen. Leidenschaftlich und ein wenig verrückt. Seine Braumeister haben sich zum Ziel gesetzt, die leckersten Biere Norddeutschlands zu kreieren. Dafür schauen sie weit zurück in der Hamburger Brautradition – aber auch über den Tellerrand der deutschen Bier-Welt hinaus, um sich von der internationalen Craft Beer Bewegung aus den USA, Dänemark, Italien und auch Österreich inspirieren zu lassen.

Gründung:
1908

Sitz:
Hamburg

www.ratsherrn.de

Direkt vom Store gelangt man in die Brauerei. Geflieste Böden und glänzende Edelstahltanks, hier und da justieren die Braumeisterinnen und Braumeister still nach, um das Bier in bekannter Frische und Geschmack herzustellen. Ein leichter Geruch von Hopfen und Malz liegt in der Luft, weit weg von hektischen Produktionsabläufen. „Bierbrauen besteht zu 90 % aus Saubermachen“, erläutert Niklas Nordmann, während er uns durch die Gänge führt.

„Hier sieht man unsere neueste Errungenschaft!“ Nordmann zeigt uns eine mobile Tank Einheit.

„Diese Ausschank-Tanks ermöglichen es uns, das Bier direkt im Tank auszuliefern oder auszuschenken – ohne jegliche Unterbrechung der Kühlkette und weitere Abfüllmaßnahmen.“

Die Tanks können auf Veranstaltungen mobil eingesetzt werden, oder sie sind in Gastronomiebetrieben fest verbaut. Sie ersetzen die bisher verwendeten Fässer – ihre Bewährungsprobe war das diesjährige OMR-Festival in den Messehallen: Als Partner haben wir die Versorgung der mehr als 70.000 Gäste mit frischem Bier koordiniert. Dabei sind diese Tanks zum Einsatz gekommen. Da unser Bier bis zum Messegelände gerade mal einen Transportweg von 200 Metern hat, können wir stolz sagen: „Frischer geht es wirklich nicht“, lacht Nordmann.



In einem unscheinbaren Raum lagert eine der wichtigsten Bier-Zutaten: frisches Malz. Bei Malz handelt es sich um ein durch Mälzung gekeimtes und getrocknetes Getreide, meist Gerste. Direkt daneben stehen große Mühlen, um das Malz vor Ort zu schrotten. „Die Preise für Malz sind in den letzten Monaten extrem gestiegen“, berichtet Nordmann. „Unabhängig von den aktuellen Entwicklungen haben wir uns jedoch bereits vor einigen Jahren dazu entschieden, unsere Gerste selbst anzubauen.“

Hier machen wir einen kleinen Sprung in die Geschichte der Familie: In den 90er-Jahren zog es Teile der Familie auf die Insel Rügen, um vor Ort einen Getränkegroßhandel zu eröffnen. Niklas Nordmann hat mit seiner Familie selbst viele Jahre auf Rügen verbracht. Auf der Insel ergab sich für die Nordmanns die Möglichkeit, Agrarfläche zu erwerben und diese zu bewirtschaften. So begann der Anbau der eigenen Gerste und die teilweise Umstellung auf biologischen Anbau. In diesem Jahr erfolgte bereits die erste Ernte. Im kommenden Jahr sollen bereits 90 Prozent des Bedarfs mit Malz aus eigener Produktion gedeckt werden. „Kürzere Lieferketten sind für uns ein enormer Vorteil“, zeigt Niklas Nordmann auf.



„Neben der Brauerei betreiben wir auch einen Großhandel und Braugasthäuser. Somit kann die gesamte Lieferkette vom Halm bis ins Glas aus einer Hand abgedeckt werden. Wir spüren, dass das Thema Regionalität immer stärker wird.“

Mit einigen Produkten und vor allem Rohstoffen ist es nicht mehr möglich, so stark von den Weltmärkten zu profitieren - auch im Hinblick auf Liefersicherheit, Preis und Verfügbarkeit in entsprechender Qualität.

Die Strecke Hamburg-Rügen beträgt gerade einmal 300 km, und die Vorteile für Produkt und Verbraucher liegen auf der Hand.“

„Doch das Thema Regionalität bewegt uns nicht nur im Hinblick auf Lieferketten“, so Nordmann. „Das Vertriebsgebiet unserer Produkte haben wir regional begrenzt. Dies hat verschiedene Gründe: einerseits natürlich den Frischeaspekt, aber auch Transport und Logistik. Über allem steht jedoch der regionale Genussgedanke: Ratscherrn steht für Hamburg! Damit meinen wir nicht nur die Hamburger Braukunst, sondern auch das Lebensgefühl. Wir finden, Genuss kann nicht regional genug sein. Daher schmecken viele Dinge im Urlaub auch besser als die gleichen Pro-



dukte zu Hause. Wir haben uns entschieden, die Marke ausschließlich in Hamburg und Norddeutschland zu vertreiben. Um dies zu ermöglichen, haben wir Vertriebswege in NRW und anderen Bundesländern zurückgenommen. Der eingeschlagene Weg zur regionalen Marke hat uns in den letzten Jahren gestärkt, und wir sehen, dass diese Entscheidung richtig war.“

Das angrenzende Ratscherrn-Braugasthaus „Altes Mädchen“ gehört ebenfalls ins Geschäftsfeld der Nordmanns; hinzu kommt eine Handvoll weiterer Braugasthäuser und Bars. Der offene Biergarten mit Blick durch die große Glasfront der Brauerei auf die Läuterbottiche schafft eine direkte Verbindung zum Produkt. „Neben dem Store ist dieser Bereich auch für Interessierte geöffnet“, zeigt uns Nordmann beim Gang durch die Versuchsbrauerei. Auf übersichtlich gestalteten Tafeln steht alles, was es in kurzen Worten zur Bierherstellung zu sagen gibt. Die Zutaten können gefühlt und gerochen werden. Wir lernen, dass die Farbe des Bieres durch den Röstgrad des Malzes bestimmt wird: Je dunkler das Malz geröstet wird, desto dunkler fällt am Ende das Bier aus.



Klingt einfach - ist aber gar nicht so leicht. „Wir achten genauestens auf alle Details, um mögliche Bierfehler zu vermeiden“, erklärt Nordmann beim Blick auf einen der Kessel.

„Bierfehler“ nennt man bestimmte Fehlgeschmäcker von Bier, wie beispielsweise einen metallischen, buttrigen oder leicht muffigen Geschmack. „Bier sollte nie zu lang in der Sonne stehen. Nur gut gekühlt bleiben der Geschmack und die natürlichen Bestandteile so erhalten, wie sie sein sollen.“

Abgefüllt wird das Bier ebenfalls in Hamburg, doch vor Ort sind die Kapazitäten für eine Abfüllstrecke samt Flaschensortierung einfach zu gering. Daher wird das Bier in großen Tanks in die eigene Abfüllanlage nach Billstedt transportiert und findet von da aus den Weg in norddeutsche Supermärkte, Kioske, Eckkneipen und letztendlich zu glücklichen Kunden.

Wir bedanken uns für die spannende Reise in die Welt der Hamburger Ratscherrn-Braukunst und gönnen uns zum Abschied ein Ratscherrn Alster Hell. Und für alle Nicht-Hamburger sind die aktuellen Plakate für diese Biersorte mit dem Spruch „Nenn es nicht Radler“ versehen. Prost!

Zu guter Letzt noch ein Tipp: In diesem Jahr feiert Ratscherrn sein 10-jähriges Jubiläum. Darauf wird kräftig angestoßen, und Ratscherrn lädt vom 26.08. bis 28.08.2022 zum Hoffest.



Anzeige



**HAMBURGER
VERSORGENGSWERK**
Betriebsrente für den Mittelstand

WIR MÜSSEN REDEN

Wenn Ihr Unternehmen Ansprüche eines 79-jährigen Ex-Mitarbeiters vermeiden will.

i

Die Verjährung gemäß Betriebsrentengesetz beträgt 30 Jahre – das größere Risiko sind Ex-Mitarbeiter ohne betriebliche Altersvorsorge!

**§18a
BetrAVG**

„Mehr Fortschritt wagen“

Rückblick auf die Familienunternehmer-Tage 2022 in Hannover

Von Niklas König

📷 Anne Großmann Fotografie



Vom 4. bis 6. Mai 2022 fanden in Hannover die Familienunternehmer-Tage 2022 nach zweijähriger pandemiebedingter Pause endlich wieder in Präsenz statt.

Der Auftaktabend in der cavallo königliche reithalle stand mit dem Vortrag des niedersächsischen Wirtschaftsministers Bernd Althusmann ganz im Zeichen des Gastgeberbundeslandes. Am Donnerstag verfolgten dann über 300 Personen vor Ort im Expowal und weitere 100 Teilnehmer vor den Bildschirmen die politischen Reden von Christian Lindner, Bundesminister der Finanzen, und Dr. Robert Habeck, Vizekanzler und Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz. Weniger Bürokratie, Entlastung bei Energiekosten und eine geringere Schuldenaufnahme des Staates – mit diesen Forderungen konfrontierten die Familienunternehmer die Bundesregierung. „Die Ampelkoalition hat in ihrem Koalitionsvertrag einen neuen Aufbruch versprochen. Leider ist vieles von diesem Fortschritt auf sandigem Boden gebaut“, meinte Präsident Reinhold von Eben-Worlée.

Finanzminister Lindner sagte, er müsse „auf die Staatskasse aufpassen“. Ausgefallene Rendite könne der Staat nicht ersetzen. Die Staatsausgaben dürften nicht schneller als die Wirtschaft wachsen.

Wirtschaftsminister Habeck betonte, es sei wichtig, dass Unternehmen überleben könnten, aber der Staat könne ihnen nicht jede Belastung abnehmen.

Dies würde Firmen den Druck nehmen, sich innovativ aufzustellen. Ein Lösungsansatz könne darin liegen, Bürokratie abzubauen und für beschleunigte Verfahren zu sorgen. Ein Positivbeispiel sollten die Flüssiggas-Terminals in Wilhelmshaven werden. Das Problem langer Genehmigungsprozesse beklagte auch Reinhold von Eben-Worlée.



Für kurze Zeit saßen Linder und Habeck sogar gemeinsam auf der Bühne. Der Grünen-Politiker war als nächster Redner vorgesehen, Moderatorin Ursula Weidenfeld band ihn spontan in die Fragerunde mit dem Finanzminister ein. Lindner hatte auf die Schwierigkeiten einer Übergewinnsteuer hingewiesen und rhetorisch gefragt, ob etwa Biontech nun stärker belastet werden solle, weil das Unternehmen den in der Pandemie dringend benötigten Impfstoff geschaffen habe. Habeck stimmte seinem Koalitionspartner zu. Die Chance, mit Investitionen Geld ver-

Anzeige

Hautnah an der Elbe!



Quirrig – Gut und günstig!
Direkt an der Großen Elbstraße!

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

HIER EINE KLEINE AUSWAHL:

Fischsuppe mit Fischstücken	5,00	Hamburger Backfisch mit warmen Kartoffelsalat und Remouladensauce	11,00
Seelachsfilet mit warmen Kartoffelsalat	9,50	Fischteller mit verschiedenen Fischen und Salat oder Gemüse...	18,50
Hamburger Pannfisch, Senfsauce, Blattspinat und Bratkartoffeln	11,00		

+ aktuelle Tageskarte nach Saison!

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



Anzeige

dienen zu können, sei ein zentraler „Treiber“. Betriebe in der Energiewirtschaft hätten zum Beispiel einen großen Anreiz, mit den Gewinnen neue Windkraftanlagen zu bauen. Ob man aber höhere Steuern nicht schon bald brauche, um alle Aufgaben zu finanzieren? Habeck: „Christian Lindner ist ein schneller Denker, der wird seinen Haushalt schon zusammengefummelt bekommen.“

Anschließend diskutierten dann Unternehmerin Natalie Meikelburger und Unternehmer Dr. Patrick Adenauer gemeinsam mit dem Präsidenten des Bundesrechnungshofes über die Zukunft des Industriestandortes Deutschland.

Die Abendveranstaltung am Donnerstag im Peppermint Pavillon stand dann ganz im Zeichen der 50- und 60-jährigen Jubilare sowie der Auszeichnung des Engagements des Ehrenamtes in den Regionalkreisen, das die Basis für das Verbandsleben bildet.

Der Freitag startete mit der Keynote von Thomas Rick zum Thema Cybersicherheit als Ausgangspunkt für das anschließende Panel mit Manuel Bach, Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik, und Prof.

Dirk Loomans, KPMG. Mit dem Bundesvorsitzenden der SPD, Lars Klingbeil, wurde die mittelstandspolitische Initiative seiner Partei anschließend ausführlich diskutiert. Zum Abschluss nahm Prof. Ischinger als Botschafter a.D. die Teilnehmer mit bei seinen Gedanken zur aktuellen geopolitischen Lage – insbesondere hinsichtlich des russischen Angriffs auf die Ukraine.

Neben vielen politischen Diskussionsansätzen standen beide Tage nach der pandemiebedingten Pause ganz im Zeichen des offenen Gedankenaustauschs in entspannter Atmosphäre. Bei allen Teilnehmern war große Freude über die persönlichen Begegnungen und Gespräche zu spüren. Eine Fortsetzung wird es vom 20. bis 21. April 2023 in Berlin geben.



Habeck + Lindner:
»Die Chance, mit Investitionen Geld verdienen zu können, ist ein zentraler Treiber.«



CHANDON

GARDEN SPRITZ DER NEUE SPRITZ

OHNE KÜNSTLICHE AROMEN –
 SERVIERFERTIG



www.chandon.eu
 @chandon

Alles im grünen Bereich Einfach glückliche Kühe

Von David Friedemann

Storyfischer

Die Nordseeregion mit ihrer Weite, frischer Nordseeluft und saftig grünen Wiesen ist nicht nur Erholungs- und Sehnsuchtsziel vieler Urlauber, sondern auch Weidefläche tausender Kühe: In Norddeutschland liegt die größte Milchregion Deutschlands.



Wir sind in Witzwort. Witzwort zählt gerade einmal 1.000 Einwohner und wurde im Juli 2000 vom Land Schleswig-Holstein zum anerkannten Erholungsort ernannt. Hier in diesem kleinen, beschaulichen Ort ist einer der größten Betriebe der Region ansässig: die Meierei NordseeMilch. Sie ist weit über die Grenzen der Gemeinde bekannt, und wir sind hier mit Volker Lohse verabredet. Er leitet den Vertrieb „Lebensmitteleinzelhandel“ der NordseeMilch eG.

Angefangen hat alles vor mehr als 125 Jahren: 1894 beschlossen einige Bauern der Region, ihre Milch gemeinschaftlich zu vermarkten, um einen höheren Milchpreis zu erzielen. Heute liegt die verarbeitete Milchmenge bei mehr als 250 Millionen Kilogramm pro Jahr – die NordseeMilch ist damit der größte Frischmilchabfüller in Norddeutschland. Und weil man bei der Meierei erkannt hat, dass regionale Produkte aus nachhaltiger Produktion auch bei Milchprodukten gefragt sind, macht die NordseeMilch den Konsumenten ein entsprechendes Angebot: Seit etwas mehr als zwei Jahren steht ihre Tierwohl-Milch in norddeutschen Lebensmittelmärkten. Sie steht zugleich für regionale Innovationskraft in einem preisgetriebenen Markt und für die zukünftige Ausrichtung der Genossenschaft sowie ihrer Milcherzeuger.

„Landwirte denken in Generationen“, so Volker Lohse.

„Wir pflegen seit jeher einen engen Kontakt zu unseren Milchlieferanten. Daraus ist vor einigen Jahren die Idee entstanden, das Tierwohl der Milchkühe zu verbessern, um die Nachhaltigkeit für Mensch und Tier zu fördern. Die ohnehin schon strengen Kriterien für die Tierhaltung sollten noch optimiert werden. Dazu wurde gemeinsam mit dem deutschen Tierschutzbund ein Konzept erarbeitet und als „Tierwohl-Milch mit zwei Sternen für mehr Tierschutz“ etabliert.

Die Meierei NordseeMilch –
größter Frischmilchabfüller in
Norddeutschland



„Das Verbraucherinteresse an Herkunft und Verarbeitung von Produkten ist in den letzten Jahren stetig gewachsen. Wir haben uns daher nicht nur zu diesem Schritt entschieden, um langfristig bessere Produkte liefern zu können und die Nachfrage nach Tierwohl-Produkten zu erfüllen, sondern auch, um dem Verbraucher die regionale Milchwirtschaft näher zu bringen“, erklärt Volker Lohse. „Dieser Schritt ermöglicht es auch, Einblicke in die Arbeit auf den Höfen zu geben und zu zeigen, wie die artgerechte Haltung von Milchkühen funktionieren kann.“

Tierwohl-Milchkühe werden an mindestens 120 Tagen pro Jahr sechs Stunden auf der Weide gehalten und verfügen über ganzjährigen Zugang zu einem Außenbereich.



250 Millionen Kilogramm Milch werden hier pro Jahr verarbeitet.



Die Ställe, in denen sich die Tiere frei bewegen können, bieten viel Platz, weich eingestreute Liegeflächen und Massagebürsten für die individuelle Fellpflege. Auch für die Fütterung gibt es Auflagen: Gentechnisch veränderte Futtermittel oder solche mit Soja aus Übersee sind verboten. Jeder der beteiligten Bauern verpflichtet sich zudem zur regelmäßigen Teilnahme an Fortbildungen und wird mindestens zweimal jährlich durch eine unabhängige Zertifizierungsstelle überprüft.

„Die positive Rückmeldung von den Verbrauchern war umgehend zu spüren“, berichtet Volker Lohse. Doch es gibt auch kritische Stimmen:

„Der Markt der Milch-Alternativen wie Hafer- und Mandel-Drinks wächst unter anderem deshalb, weil viele Verbraucher bei der Milcherzeugung noch nur an Kühe in Anbindehaltung denken.“

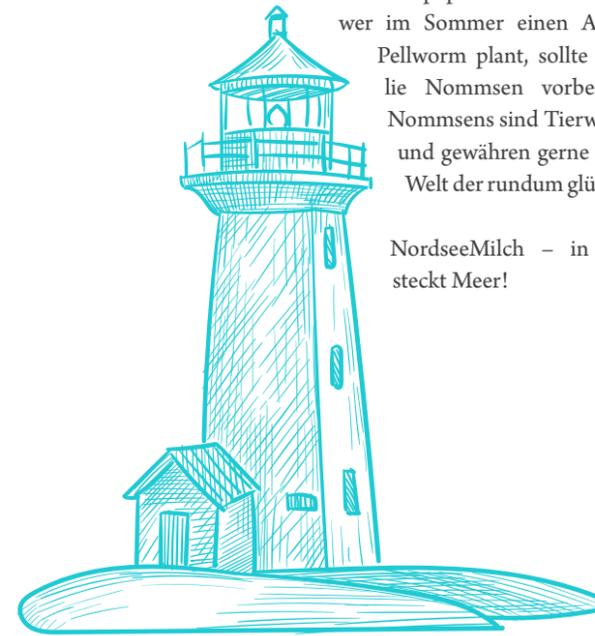
Also müssen wir durch eine gemeinsame Kommunikationsarbeit mit unseren Landwirten in Videos und durch direkte Einblicke in die Höfe Aufklärung über andere Haltungsformen leisten. Menschen, die in Schleswig-Holstein Urlaub machen, können bei den Bauern glückliche, zufriedene und gesunde Tiere sehen. Davon profitieren die Tiere, die Landwirte und letztendlich die gesamte Region.“

In den sozialen Medien des Unternehmens gibt es Einblicke in die Höfe und die Aktivitäten der Meierei. Landwirte berichten von ihrer täglichen Arbeit mit den Tieren. Familien stellen sich vor. Berufsbilder werden gezeigt. Der Blick für die Tiere und Haltung bekommt Tiefe.

Am Ende steht meist die Frage: „Ist der Verbraucher bereit, dafür mehr zu bezahlen?“ – „Ein ganz klares Ja“, so Volker Lohse. „Das Konzept steht vor dem Preis. Auch wenn die Preissensibilität weiter steigt, so werden regionale Produkte, faire Produktion und tiergerechte Haltung positiv honoriert.“

Dem können wir uns nur anschließen. Zu guter Letzt noch ein Tipp: Auf dem Weg von Hamburg nach Sylt liegen Witzwort und der Meierei-Shop praktisch auf dem Weg. Und wer im Sommer einen Abstecher nach Pellworm plant, sollte mal bei Familie Nommsen vorbeischaun. Die Nommsens sind Tierwohl-Landwirte und gewähren gerne Einblick in die Welt der rundum glücklichen Kühe.

NordseeMilch – in dieser Milch steckt Meer!



Anzeige

RESEARCH
FOR
FUTURE AG

Zukunftsforschung-
Innovationen
umweltpositiv
gestalten

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

Heimatliebe

Anzeige

Der Norden ist schön! Er-fahren, schmecken, fühlen und genießen Sie, welche Annehmlichkeiten er uns zu bieten hat.

Kissen „HAMMABURG“

Hamburg ist die schönste Stadt der Welt - glücklich, wer hier seine Heimat hat. Wer das auch daheim zeigen will, für den gestaltet Künstler Frank Bürmann Kissenhüllen. Seine Drucke, die auf einem Holzschnitt entstehen, sind ebenso außergewöhnlich wie jene, die von seinem handgeschnitzten Holzstempel stammen.

www.the-art-of-hamburg.de

54,90 €



44,90 €



43 € / Tag

Sturmflotte EBike-Verleih

Sylt als zweite Heimat genießen - egal ob Specialized, Coboc, M1 Sporttechnik, Butchers & Bicycles, Triobike, sb-clocs und Pedalpower, mit den EBikes von Sturmflotte macht es unglaublich viel Spaß, Sylt zu erkunden.

www.ebikesturmflotte.com



5,95 € / 70 g

Mutterland Chocolate Mitbringsel

Ehrlich und kantig wie die Hamburger, so ist die handgemachte Hafenschokolade (Vollmilch mit 53% Kakaoanteil) von Mutterland. In der hauseigenen Manufaktur wird fair gehandelter Kakao ohne Zugabe von Sojalecithin und Aromen verarbeitet und unconchiert in Form gegossen.

www.mutterland.de



ab 80 €

Team-Töpferkurs für Anfänger (3 h)

Im Studio Amun wächst bei der Einführung ins Töpfern nicht nur ein schönes Keramikteil unter den Händen, sondern auch der Teamspirit, z.B. bei Firmenevents. Töpfern mit Blick über Hamburg könnte nicht schöner und entspannender sein.

www.studioamun.de

High-Class Luxusmatratze von Richard Behr

Unschlagbarer Luxus der Top-Hotels dieser Welt: Die RICHARD BEHR & CO. High-Class-Luxusmatratze kombiniert die verbesserte, hervorragende Funktionalität und Qualität der neuen HANSE PREMIUM Matratze 1000+ mit dem himmlischen Liegegefühl eines druckentlastenden Viscoschaum-Toppers. Exklusiver können Sie nicht schlafen.

www.hansetextil.de



1.099 €

FÜR HAMBURG
GIBT ES MEHR
ALS 1000 GUTE
GRÜNDER.



IHR SEID DAS VOLK,
WIR EURE BANK.

STEFFEN WÜSTHOF,
LEITER FIRMENKUNDEN



Die Hamburg Towers

Für die Gesellschaft am Ball

Von Christian Ströder

Im Jahr 2013 die Gründung der Profi-Abteilung. 2019 der Aufstieg in die Basketball-Bundesliga (BBL). 2021 das Debüt auf internationalem Parkett. Die sportliche Erfolgsbilanz der Hamburg Towers ist beeindruckend. Doch hinter dem Team aus Wilhelmsburg steckt noch viel mehr – nämlich die außergewöhnliche Entscheidung, Leistungssport auf sozialer Arbeit aufzubauen!



Es eigentlich stand am Anfang „nur“ die Idee, mit Sport etwas Gutes zu bewirken. 2006 gründeten der ehemalige Basketball-Nationalspieler Marvin Willoughby und der heutige Towers-Geschäftsführer Jan Fischer den Verein „Sport ohne Grenzen“. Ihr Ziel: Kinder und Jugendliche von der Straße zu holen, ihnen Orientierung zu geben und Perspektiven aufzeigen. Dabei ging es nicht nur um das Dribbeln und Körbwerfen: Über den Sport sollten Fairness, Integration, Teamplay und auch das Bewusstsein für eine gesunde Ernährung vermittelt werden. Das Projekt fand schnell breite Unterstützung sowie viele Fans und führte 2013 zur Gründung der Profi-Mannschaft Hamburg Towers – auch, um den Kids bei „Sport ohne Grenzen“ Vorbilder zu geben.

Dass sich das Profi-Team innerhalb kurzer Zeit in die 1. Basketball-Bundesliga spielen und dort bereits zum zweiten Mal die Playoffs erreichen konnte, hat mehrere Gründe: Erstens zahlt sich die jahrelange Arbeit an der Basis aus – die Talentförderung trägt Früchte. Zweitens sind die Towers eng mit der hamburgischen Heimat verwurzelt. Die Heimspiele auf der Elbinsel in Wilhelmsburg sind regelmäßig ausverkauft. Und drittens sind da Unternehmen aus Hamburg, die durch ihr Sponsoring den gelebten Traum Bundesliga und sogar die Teilnahme am internationalen Wettbewerb finanziell erst ermöglichen.

Gemeinsam machen der Verein, seine Fans und die Unternehmen den Spitzensport in Hamburg weithin sichtbar: Das ist Werbung für Wilhelmsburg, die Stadt Hamburg und die ganze Region – ein nicht zu unterschätzender Aspekt. Wie auch ein reiches Kulturangebot ist Sport ein Wirtschafts- und Imagefaktor mit hoher medialer Reichweite und Querschnittseffekten in vielen Branchen wie zum Beispiel der Hotellerie und Gastronomie.

Das Hamburgische WeltWirtschaftsinstitut (HWWI) hat ermittelt, dass ein direkt im Sport ausgegebener Euro etwa zwei Euro an Wertschöpfung erzeugt.

Mit sportlichem Erfolg machen die Towers nicht nur ihre treuen Fans glücklich, sondern bescheren Hamburg überregionale und sogar internationale Wahrnehmung – Aufmerksamkeit, die der Wirtschaftsstandort Hamburg braucht, um junge und gut qualifizierte Menschen aus ganz Deutschland und dem Ausland anzuziehen. Insofern ist es konsequent und sinnvoll, wenn die hiesige Wirtschaft in den Sport und in Vereine wie die Hamburg Towers investiert. Und die Rechnung geht auf – erst recht, wenn wie auf der Elbinsel in Wilhelmsburg Leistungssport und soziale Arbeit Hand in Hand gehen.

„Dass es uns gelingt, neben der fortschreitenden Professionalisierung unsere Wurzeln nicht zu vergessen und unsere Werte weiterhin leben und an zahlreiche junge Hamburgerinnen und Hamburger weitergeben zu können, haben wir der Unterstützung unserer treuen Fans, allen Partnern und Sponsoren und nicht zuletzt der Sportmetropole Hamburg zu verdanken“, erklärt Geschäftsführer Marvin Willoughby. „In den letzten beiden Jahren haben wir trotz der Corona-Pandemie vor allem im sportlichen Bereich einen deutlichen Schritt nach vorn gemacht, gleich zweimal die Playoffs erreicht und zudem erstmalig europäische Basketball-Luft schnuppern können. Daran wollen wir in den nächsten Jahren anknüpfen und uns national und international etablieren“, so der Gründer der Hamburg Towers weiter. Wer vermutet, dass sich die Towers durch den steilen Aufstieg und die Professionalisierung von ihrer DNA entfernen, liegt falsch. Die heute viel größere Strahlkraft fließt in noch mehr gemeinnützige Projekte: So hat der Bund dem Hamburg Towers e.V. Fördergelder in Höhe von 4,5 Millionen Euro für den Aufbau eines modernen Vereinssportzentrums bewilligt – mitten im Herzen von Wilhelmsburg. Das neue Quartierssporthaus dient dem Breitensport und bringt der Stadtteilentwicklung wieder neue wichtige Impulse.

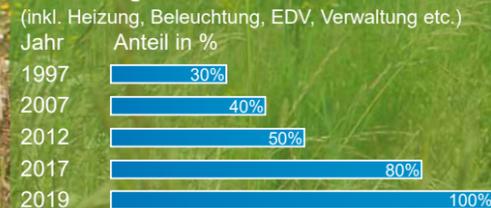
Der AGA Unternehmensverband unterstützt die Hamburg Towers und den Verein „Sport ohne Grenzen“ seit den ersten ProA-Dribblings (2. Bundesliga) in Wilhelmsburg. Unter anderem hilft der Verband bei Bedarf Nachwuchstalenten bei der Suche nach Ausbildungsstellen oder unterstützt Profispieler nach der sportlichen Karriere, gute Positionen in der Wirtschaft zu finden. Zudem sind zahlreiche AGA-Mitglieder als Sponsoren aktiv oder nutzen den VIP-Bereich zum Networking mit ihren Kunden.

Volker Tschirch
AGA-Hauptgeschäftsführer
volker.tschirch@aga.de

Anzeige

25 Jahre nachhaltige Produktion

Anteil CO₂-neutraler Energie bei der Herstellung von Brantho-Korrux (inkl. Heizung, Beleuchtung, EDV, Verwaltung etc.)



Seit Ende 2018 ist 100 % der von uns bei der Produktion von Brantho-Korrux eingesetzten Energie CO₂-neutral.

In der Fertigung entstehen 0 % gefährliche Reststoffe. Die Menge hausmüllähnlicher Geweremüll und Altpapier zum Recycling beträgt zusammen weniger als 3 % der Produktionsmenge.

Zusätzlich:

- Den Gesamtenergieverbrauch je 100 to hergestellten Lack konnten wir in den letzten 25 Jahren um 45 % reduzieren.
- Den jährlichen Wasserverbrauch haben wir in 25 Jahren um 95 % reduziert.



Branth-Chemie A.V. Branth KG
Bliedenkamp 23 · 21509 Glinde
Postmaster@branth-chemie.de



Metallschutzfarben - Instandhaltungsfarben

www.rostschutzfarbe.de

Agrarpolitik in der EU

Fragwürdige Milliarden

Von Niklas König



Eines der am heftigsten diskutierten Politikfelder der EU ist ohne Frage die „Gemeinsame EU-Agrarpolitik“ (GAP). Jährlich werden die Bauern in der EU mit Subventionen in Höhe von circa 55 Milliarden Euro unterstützt. Mit rund 40 Prozent des Gesamtbudgets der EU ist dies der zweitgrößte Haushaltsposten.

Die EU erklärt dies so: Die Produktion müsse auf einem stabilen Niveau gehalten werden, Bauern ein angemessenes Einkommen haben und die Landwirtschaft nachhaltig entwickelt werden. Kritiker hingegen machen die Geldverteilung mitverantwortlich für Umweltbelastungen und das Höfesterben, denn bislang wird der Löwenanteil der EU-Zahlungen an Flächen der Landwirte gekoppelt: Diese erhalten von der EU Direktzahlungen pro Hektar – je mehr Land sie besitzen, desto mehr Geld erhalten sie.

Die Folge: Rund 80 Prozent der Fördermittel gehen an 20 Prozent der Betriebe.

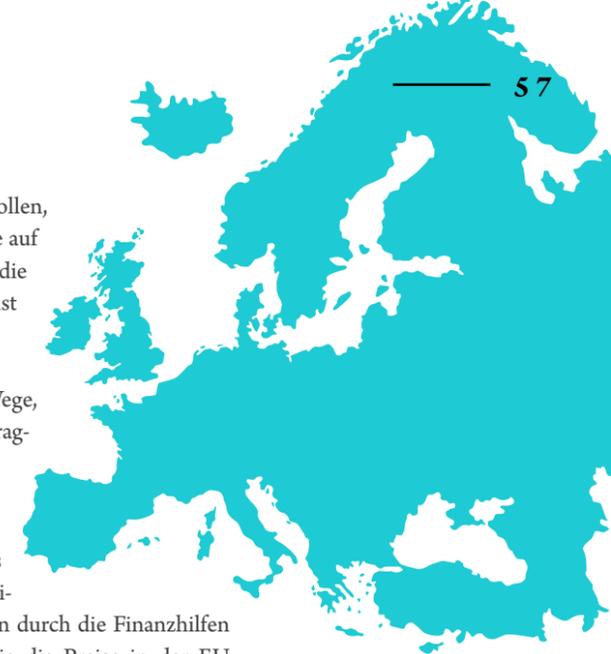
Zwar können viele Bauern durch die Direktzahlungen trotz schlechterer wirtschaftlicher Bedingungen weiterarbeiten. Aber die Zahlungen haben außerdem dafür gesorgt, dass sich der Landbesitz in den Händen Weniger konzentriert. Große sowie sehr große Betriebe gewinnen mehr und mehr an Bedeutung. Noch machen Unternehmen mit über 100 Hektar Fläche lediglich drei Prozent aller EU-Agrarbetriebe aus. Doch ist ihre Zahl innerhalb einer Dekade um 16 Prozent gestiegen, und mittlerweile verfügen sie über mehr als die Hälfte der gesamten landwirtschaftlichen Nutzfläche. Die Gegner monieren: Wo sich Großbetriebe ausbreiten, ginge dies Hand in Hand mit dem Verlust von Arbeitsplätzen, mit weniger vielfältigen Anbausystemen und -produkten, intensiver Landwirtschaft sowie entsprechender Belastung der Umwelt. Wirklich nachzuweisen ist dies jedoch nicht.

Sollten sich Direktzahlungen also auf kleinere Betriebe konzentrieren? Auch das verspricht nicht zwangsläufig eine Steigerung von Umwelteleistungen: Kleine Höfe stehen aufgrund ihrer geringeren Produktivität unter einem größeren Kostendruck als große Betriebe und haben weniger Spielraum für Umweltstandards.

Eine EU-Agrarpolitik ist jedoch ein warnendes Beispiel dafür, welche negativen Folgen dauerhafte Subventionen haben: Sie verzerren den Wettbewerb und manifestieren Marktmacht. 2021 haben sich das EU-Parlament und die Mitgliedstaaten darum auf eine Reform der Agrarpolitik geeinigt. Zwischen 20 und 30 Prozent der Direktzahlungen sollen künftig an Ökoauflagen geknüpft sein, grundsätzlich wird das bisherige System allerdings beibehalten. Neu ist, dass die EU-Mitglieds-

länder stärker selbst entscheiden sollen, welche ökologischen Maßnahmen sie auf ihren Feldern anwenden. Ob das für die Natur langfristig wirklich viel bringt, ist völlig offen.

Damit ist Europa auf dem besten Wege, auch in Zukunft Milliarden in ein fragwürdiges System zu stecken – ein fatales Signal der EU, die doch in Zukunft ihren Mehrwert viel stärker für die Mitgliedstaaten unter Beweis stellen will. Ein Kürzen der Subventionen ist seit langem angebracht, denn durch die Finanzhilfen kommt es zu Marktverzerrungen, die die Preise in der EU überhöhen und Landwirten in Entwicklungsländern massiv schaden. Auch die europäischen Verbraucher zahlen deswegen einen erhöhten Preis für landwirtschaftliche Produkte. Es ist daher an der Zeit, den Agrarprotektionismus grundsätzlich auf den Prüfstand zu stellen.



Anzeige



DR. THOMSEN & KOLLEGEN – DIE SPEZIALISTEN FÜR IHRE ZAHNGESUNDHEIT



Dr. Jens Thomsen
Zahnarzt und Arzt
Ästhetische Zahnheilkunde
und Prävention,
Schnarchtherapie



Dr. Tore Thomsen
Zahnarzt
Ästhetische Zahnheilkunde,
Wurzelkanalbehandlungen,
Abrasionsgebisse



Dr. Coralie Thomsen
Fachzahnärztin für
Kieferorthopädie,
unsichtbare Zahnspangen



Dr. Giedre Matuliene
Fachzahnärztin für
Parodontologie, Peri-
implantitisbehandlung



Dr. Rafael Hasler
Fachzahnarzt für
Oralchirurgie,
Implantologie

Sie haben Fragen? Für ausführliche Informationen besuchen Sie unsere Homepage, oder rufen Sie uns an.

Heilwigstraße 115 | 20249 Hamburg | Tel: 040-445971 | www.dr-thomsen.com



Freizeiterlebnis für aktive Stadtmenschen

Golf Lounge mit neuem Konzept

Von Dr. Björn Castan



Die Golf Lounge ist nach Moorfleet umgezogen und heißt jetzt Golf Lounge Resort. Wie ist es dazu gekommen?

Wir wären mit der Golf Lounge gerne noch weiter am alten Standort in Entenwerder geblieben. Es war aber immer klar, dass der Eigentümer noch andere Pläne mit dem Gelände hatte. Daher haben wir parallel Ausschau nach einem zweiten Standort gehalten, den wir langfristig betreiben können. Diesen haben wir mit der Red Golf Anlage in Moorfleet gefunden. Die Idee war dann zunächst, beide Anlagen parallel zu betreiben, so lange es möglich ist. Als dann aber unser Pachtvertrag im letzten Herbst nicht mehr verlängert wurde, haben wir uns für den Umzug entschieden.

Wie habt ihr das Konzept des bisherigen Golfclubs weiterentwickelt?

Im Jahr eins sind wir angekommen und haben erst einmal neue Strukturen aufgebaut. Im Jahr zwei lernen wir und verbessern die Prozesse, probieren neue Konzepte aus. Im Jahr drei werden wir einen besseren Überblick darüber haben, was gut funktioniert und was weniger. Damit haben wir eine gute Basis, um beständig wachsen zu können.

Unverändert ist geblieben, dass wir Menschen zum Sport bringen: in die Aktivität, runter vom Sofa.

Wir ermöglichen Freizeit- und Eventerlebnisse in einer natürlichen Golfumgebung. Firmen bieten wir mehrere unterschiedliche naturnahe Eventflächen für Kunden- oder Mitarbeiterveranstaltungen an.

Nach 17 Jahren hat die Golf Lounge Rothenburgsort verlassen und sich bei der Gelegenheit auch konzeptionell verändert. Unser Redakteur Björn Castan traf den bestens gelaunten Unternehmer Peter Merck im frisch rundum erneuerten Golf Lounge Resort in Moorfleet.



Unternehmen:
Golf Lounge GmbH
– Freizeit, Event und Golflocation

Schwerpunkt:
Aktiv-Plattform BtoB oder BtoC für Zusammenkünfte, Events und Weiterbildung wie Incentive, Teambuilding, Workshops, Sommerfeste oder Weihnachtsfeiern bis 250 Personen. Innovative Golftrainingsanlage mit modernster Trackman Technologie und geschlossenem Golfplatz für Einsteiger, Anfänger und Fortgeschrittene. Großes Areal mitten in der Natur – nur 10 Minuten von der Hafencity, ideal für Wochenendausflügler und Familien mit einladender Gastronomie, der rustikalen ElbLodge – ganzjährig geöffnet!

Gründungsjahr:
2005

www.golflounge.de



Merck steht für Innovation. Wir haben auf unserer neuen Anlage das Konzept des Skifahrens auf den Golfsport übertragen und machen für jede Spielstärke ein Angebot: blau für einen einfachen Kurs, rot für mittlere Spielstärke und schwarz für anspruchsvolle Spieler. Mir ist wichtig, dass sich an diesem Ort jeder willkommen fühlt und weiß, dass ein Freizeiterlebnis hier auch ohne die feste Struktur einer Club-Mitgliedschaft möglich ist.

Unsere zweistöckige Driving Range haben wir mit 35 modernsten TrackMan Range-Abschlägen ausgestattet und verfügen damit über eines der innovativsten und modernsten Angebote in Europa. Dadurch haben Spieler die Möglichkeit, neben reinem Training auch ihr Spiel auf 50 der schönsten Plätze der Welt zu simulieren und gleichzeitig ihren Schwung digital analysieren zu lassen.

Und: Nachhaltigkeit hat einen hohen Stellenwert. Wir haben unterschiedliche Maßnahmen ergriffen, um z. B. Dünger und Wasser zu sparen. Einen Teil unserer Green Fee-Einnahmen spenden wir an die Initiative Plant my tree, die mit dem Geld in Holstein Bäume pflanzt – im letzten Jahr bereits mehrere tausend.

Wie wird das neue Resort-Konzept von den Mitgliedern angenommen?

Die Mitglieder der Golf Lounge sind ganz überwiegend mit uns umgezogen. Früher hatten wir ja keinen richtigen Golfplatz, sondern die moderne Driving Range war der Kern unserer Anlage. Jetzt haben wir eine wunderschöne, weitläufige Golfanlage mit 9 Loch schwarz, 6 Loch rot und 9 Loch blau. Allen Mitgliedern des Red Golf Clubs haben wir ein Angebot unterbreitet, unser neues Konzept zu begleiten. Ein Teil hat dieses Angebot angenommen, ein anderer Teil hat sich eine neue Golfheimat gesucht. Seit der Eröffnung im April ist eine große Anzahl neuer Kunden hinzugekommen, die von dem neuen Konzept überzeugt sind. Naturverbundene, aktive Stadtmenschen fühlen sich durch unser Angebot angesprochen: citynah und unkompliziert für Freizeit, Event und Golf.

"Hier ist ein Freizeiterlebnis auch ohne Club-Mitgliedschaft möglich!"

Du engagierst dich neben dem Golfsport auch übergreifend für Sport in Hamburg.

Das ist richtig – und mir sehr wichtig. Meine Vision für den Hamburger Sport ist, sportartenübergreifend zusammen zu arbeiten. Die Vernetzung zwischen den Sportarten hilft, Kräfte zu bündeln. Wir können viel voneinander lernen. Ein Anliegen ist es mir, dass Sportler, die sich für einen Leistungssport entscheiden, dadurch keine ökonomischen Nachteile haben dürfen. Leistungssportler leisten auch nach ihren aktiven Karrieren wichtige Beiträge in der Wirtschaft.

Mir gefällt die Idee einer „Fast Lane“ für Leistungssportler in Unternehmen, die deren positive Eigenschaften wie Disziplin, Ausdauer und mentale Stärke bei der Vergabe guter Jobs berücksichtigen.

Als Partner für das Team Hamburg setzen wir uns dafür ein, den Sportstandort Hamburg zu profilieren.

Wie schätzt du die politische Unterstützung für den Hamburger Sport ein?

Mit der „Active City“ hat sich der Hamburger Senat ein gutes Konzept gegeben, den Breiten- und auch den Leistungssport zu fördern. Darin sehe ich ein großes Potenzial, das es zu erschließen gilt.

Unser Schwerpunktthema lautet „Regionalität“. Siehst du einen Trend zu verstärktem regionalem unternehmerischem Engagement?

Ich bin völlig überzeugt vom regionalen Engagement: Man kennt sich, vertraut sich, kurze Wege erleichtern die Vernetzung, und wir können uns gegenseitig unterstützen. In unserer Gastronomie bevorzugen wir z. B. regionale Produkte aus der Umgebung. Die Globalisie-



rung sollten und können wir nicht vollständig zurückdrehen. Einseitige Abhängigkeiten, in die wir uns begeben haben, sind natürlich nicht gut: Kluge Unternehmer halten sich immer Optionen für unterschiedliche Zulieferer offen, um möglichst unabhängig arbeiten zu können. Vielleicht sollte dieser Grundsatz in der Politik ebenfalls mehr verfolgt werden.

Gibt es auch einen geschäftlichen Austausch mit den regionalen Nachbarn?

Ja, durchaus. Unsere Nachbarn haben uns hier sehr offen und freundlich empfangen. Unsere ersten Veranstaltungen auf der Anlage haben wir nur für und mit unseren Nachbarn organisiert. Wir haben z. B. einen gemeinsamen Gemüsemarkt und einen Weihnachtsmarkt gestaltet.

Du hast dich für einen Weg als Unternehmer außerhalb eures Familienunternehmens entschieden. Warum?

Meine Rolle in unserem Familienunternehmen sehe ich darin, dazu beizutragen, unsere weit verzweigte Familie zusammen zu halten und Interessen zu bündeln. Die Gründung meines eigenen Unternehmens bietet mir die größeren Gestaltungsmöglichkeiten in einem überschaubareren Umfeld. Ich verstehe meine Rolle in der Familie als eine Art Treuhänder, dessen wichtigste Aufgabe darin besteht, den Bestand des Unternehmens zu sichern und die Werte der Familie an die nächste Generation zu übergeben.

Kannst du Erfahrungen aus eurem Familienunternehmen in deine eigene unternehmerische Tätigkeit einbringen?

Ja, unbedingt. In der Konzernstruktur gibt es viele positive und professionelle Abläufe, von denen ich lerne. Hier im Golf Lounge Resort habe ich die Möglichkeit, Ideen schneller umzusetzen, als es in der Konzernstruktur möglich ist. Verantwortliches und entschlossenes Handeln ist ein wichtiger Eckpfeiler der Unternehmensführung – gerade bei Familienunternehmen. Eines des wichtigsten Learnings in meinem Leben war es, zu erkennen, was ich NICHT kann. Heute kenne ich meine Grenzen und weiß, in welchen Bereichen ich mir Unterstützung holen sollte.

Was inspiriert dich?

Eine positiv gelebte Fehlerkultur gepaart mit verantwortlichem Handeln! Jeder macht mal Fehler. Es kommt aber darauf an, offen mit seinen Fehlern umzugehen und aus diesen zu lernen. Als Unternehmer und auch als Privatmensch trage ich die Verantwortung für meine Fehler.

Hast du einen Tipp für ein gutes Buch?

Sogar für zwei: Yuval Noah Harari: „21 Lektionen für das 21. Jahrhundert“ und Ranga Yogeshwar: „Nächste Ausfahrt Zukunft.“ Beide sind sehr inspirierend.

Ein Blick in die Zukunft: Wie geht es mit dem Golf Lounge Resort weiter?

Wir denken gerade intensiv über den Aufbau einer Plattform für Startups auf unserem Gelände nach. Die Flächen für Tiny-Houses, in denen naturverbundene Gründerinnen und Gründern arbeiten könnten, hätten wir. Wir können z. B. Kaminabende, Podiumsdiskussionen und Startup Pitches veranstalten – ein bisschen „Höhle der Löwen“ in Moorfleet. Gründerinnen und Gründer können wir mit unseren Kunden und Mitgliedern vernetzen. Wo ginge das besser als hier?

Vielen Dank, Peter für das Interview!

Anzeige

**DIE JUNGEN
UNTERNEHMER**

PHASENRAUM

Exklusive Seminare und Reisen für Ihre Entwicklungsphasen

Jeder Unternehmer entwickelt sich und sein Unternehmen in verschiedenen Phasen: Mit PHASENRAUM hat unser Verband ein Angebot genau dafür geschaffen. Bei PHASENRAUM wachsen wir Unternehmer durch die Impulse, die wir voneinander und von ausgewiesenen Experten erhalten.

Hier geht es zu unseren aktuellen Angeboten:
www.junge-unternehmer.eu/phasenraum



Regionalvorstand in Berlin

Besuch von Bundestag und Bundeskanzleramt

Von Malte Wettern



Vom 01. auf den 02. Juni sind Mitglieder des Hamburger Regionalvorstandes der Einladung von MdB Michael Kruse (FDP) gefolgt und haben eine kleine Delegationsreise nach Berlin unternommen. Dabei war das Programm sehr abwechslungsreich, und im Mittelpunkt stand der enge Austausch zwischen Politik und Wirtschaft. So wurde selbst die kleine Mittagspause in der Bundestagskantine dafür genutzt, um sich über die Herausforderungen und die Nachhaltigkeit der aktuellen Energiepolitik auszutauschen. Michael Kruse gewährte dabei interessante Einblicke in die Ausschussarbeit mit seinen Koalitionskollegen und die Herausforderungen der Gesetzgebungsphase.

Zum Nachmittag folgte der Plenarbesuch beim Deutschen Bundestag, bei dem der Haushalt des Auswärtigen Amtes auf der Tagesordnung stand. Im Jahr 2022 plant das Auswärtige Amt mit Ausgaben in Höhe von 7,1 Milliarden Euro – das sind 537,6 Millionen mehr, als im Regierungsentwurf von Außenministerin Annalena Baerbock (Bündnis 90/die Grünen) zunächst eingestellt war. Umso interessanter war es für den Regionalvorstand dann auch, bei dem Plenarbesuch den Ausführungen der Vize-Kanzlerin zu folgen.



Unmittelbar danach ging es zum einstündigen Hintergrundgespräch mit den wirtschaftspolitischen Sprechern der FDP Bundestagsfraktion: Reinhard Houben aus Nordrhein-Westfalen und Gerald Ullrich aus Thüringen eint dabei, dass sie selbst Unternehmer sind. Reinhard Houben ist zudem Mitglied bei den Familienunternehmern. So war es natürlich wenig überraschend, dass viele Übereinstimmungen gefunden wurden. Der akute Personalmangel in der mittelständischen Wirtschaft und die Verschiebung des Gehaltsgefüges durch die politisch motivierte Mindestlohndebatte sahen aber alle als große Herausforderung für den Mittelstand, denn der Mindestlohn selbst spielt bei den Unternehmen meist gar keine Rolle.

Eines der Highlights war die anschließende Kunstführung durch den Bundestag, die vom Vorstandsmitglied und Kunstexperten René Spiegelberger geführt wurde:

Der Bundestag besitzt mit der Artothek mehr als 4.000 Kunstwerke und ist damit eine der größten Kunstsammlungen in der Bundesrepublik Deutschland. Viele namhafte Künstler sind mit ihren Werken in den Bundestagsgebäuden vertreten, darunter auch Georg Baselitz oder Joseph Beuys. Mit fundiertem Fachwissen fand der Besuch des Bundestages so einen würdigen Abschluss.

Am Folgetag traf sich die Delegation noch in der Bundesgeschäftsstelle mit Albrecht von der Hagen und Dr. Daniel Mitrenga. Es wurden neue Ansätze gefunden, wie die ehrenamt-

liche Vorstandsarbeit durch die hauptamtliche Bundesgeschäftsstelle unterstützt und somit der Wirkungsgrad im gemeinsamen Interesse ausgebaut werden kann. Den Abschluss der Reise bildete der Besuch im Bundeskanzleramt, der durch die anstehende Ministerpräsidentenkonferenz zur selben Zeit maßgeblich beeinflusst wurde. Es gab also weniger vom Kanzleramt zu sehen, dafür aber mehr vom Geschehen einer solchen MPK. An dieser Stelle gilt unser Dank noch mal ausdrücklich Julia Deptala und Tamara Gomille vom Abgeordnetenbüro von Michael Kruse, die eine reibungslose Delegationsreise ermöglicht und organisiert haben.



Anzeige

hypo 
hamburg.de[®]
Immobilien günstiger finanzieren

**Über 300 Banken
im Vergleich**



T (040) 688 91 5050
eMail: info@hypo-hamburg.de



Die neuen Vertrauenskreise - ein Update

Noch leichter gestartet - noch nützlicher für
den Unternehmeralltag

Von Frank Heitmeyer

In der Ausgabe 1/2022 habe ich Ihnen News von den Vertrauenskreisen präsentiert: „Thema vorschlagen, andere Interessenten finden, loslegen - mit oder ohne Facilitator.“ Daraufhin haben mich Mitgliederanfragen erreicht, ob es nicht auch weiterhin möglich sei, einen Vertrauenskreis zu starten, in dem immer neue Themen besprochen werden können - je nach individuellem Bedarf. Ihrem Wunsch sind wir natürlich nachgekommen: Ab sofort können Sie online auch wieder einen themenoffenen Vertrauenskreis starten bzw. Ihr Interesse zur Teilnahme an einem solchen kundtun. Bei den ersten Treffen steht im Mittelpunkt, einander kennen zu lernen und herauszufinden, worüber jeder Beteiligte reden möchte. Um Ihnen zu ermöglichen, sich ein Bild von unseren Vertrauenskreisen zu machen, hier einige Stimmen von Teilnehmerinnen und Teilnehmern.

1. Womit beschäftigen Sie sich in Ihrem Vertrauenskreis?

- „Mit aktuellen Themen aus der Runde der Mitglieder, zu denen wir gemeinsam Lösungen entwickeln.“
- „Mit allgemeinen interessanten aktuellen Fragestellungen rund um das Thema Unternehmensführung.“
- „Mit Netzwerken.“
- „Wir sprechen offen über unseren Antrieb, Herausforderungen, Erfolge und auch Krisen.“

2. Wie unterstützt Sie der Vertrauenskreis in Ihrem Unternehmertum?

- „Er bringt zielgerichtete Impulse: Themen, die komplex und undurchsichtig erscheinen, werden durch die kollegiale Fallberatung klar und greifbar. Es entstehen konkrete Handlungsempfehlungen. Das Know-how des Vertrauenskreises ist enorm, und bei einer zielgerichteten Struktur der Meetings ist der Kreis ein immenser Mehrwert.“
- „Da wir in unterschiedlichen Branchen arbeiten, haben wir einen unterschiedlichen Blick auf viele Dinge, gleichzeitig aber viele Gemeinsamkeiten. Das wohlmeinende Feedback - Kritik und Lob - der Teammitglieder setzt das eigene Handeln in ein neues Licht. Daraus ziehe ich einen hohen Nutzen.“
- „Ganz vorn steht für mich der Austausch mit Unternehmerinnen und Unternehmern über alles, was uns bewegt - privat und geschäftlich! ... Das Vertrauen haben zu können, dass alles in unserem Kreis bleibt, ist wundervoll.“

3. Welchen Vorteil hat es, mit einem Facilitator (Moderator, Coach) zu arbeiten, verglichen mit einem Treffen, das nicht professionell begleitet wird?

- „Meetings werden durch den Facilitator strukturiert und helfen, das Potential der Gruppe zielgerichtet einzusetzen. Unser Facilitator hat u. a. die Methodik der kollegialen Fallberatung eingebracht. Methoden dieser Art sind oft nicht bekannt und helfen bei korrekter Anwendung, die Qualität der Ergebnisse deutlich zu verbessern.“
- „Der Facilitator unterstützt uns mit Methodenwissen, setzt Impulse und gibt dem Meeting einen Rahmen. Mit ihm klären wir auch die Themen des nächsten Treffens, was banal klingt, aber in der Praxis sehr wichtig ist. Für mich ist das ein eindeutiger Mehrwert.“
- „Wir sind alle Alpha-Tiere. Da ist es ein Vorteil, wenn es eine Person gibt, die uns ab und an wieder in die Bahn zurücklenkt, unsere Zeit im Blick behält oder auch einfach das Fachwissen zu einem Thema mitbringt, das uns interessiert.“



Anzeige



Ganzheitliches Facility Management
für Ihr Unternehmen.

MOIN MOIN

Strahlendes Unternehmertum beginnt bei den Räumlichkeiten. Seit über 25 Jahren ist die familiengeführte ray Group der Dienstleister für ganzheitliches Facility Management. Unter einem Dach vereinen wir die Gebäude- und Industriereinigung, Sicherheitsdienstleistungen sowie die Wartung der Gebäudetechnik, kaufmännisches Gebäudemanagement und Personalüberlassung.

Ihr Nils Bogdol

Nils Bogdol GmbH | Oststraße 95 | 22844 Norderstedt
Tel.: 05494 - 98 75-0 | www.ray.de | info@ray.de



Nähe, Mut und Vielfalt

Regionalität wirkt!

Von Gabriela Friedrich

„So kann Regionalität, neben dem wichtigen Gegentrend zur Globalisierung, auch einen erfrischenden Rückenwind für die Lösung der globalen Herausforderungen bringen“, schreibt die Autorin Isabella Maria Weiss in ihrem am 5. März 2020 erschienenen Buch „Nähe, Mut und Vielfalt – Regionalität wirkt!“ Damals konnte sie noch nicht ahnen, welche Bedeutung dieser Satz zwei Jahre später durch den Ukraine-Krieg erhalten sollte. Sie fokussiert sich allerdings nicht auf Versorgungssicherheit, sondern auf Probleme wie Klimawandel, Artenverlust und Globalisierungsdruck, zu deren Lösung nach ihrer Einschätzung in der Region erzeugte, verarbeitete und verkaufte Lebensmittel einen wichtigen Beitrag leisten. Und uns, ganz nebenbei, gesünderes Essen und Genuss schenken. Weiss verknüpft den wachsenden Trend zu regionalen Produkten mit einem gesellschaftlichen Wertewandel: Der Mensch will wieder in seinem Umfeld Verantwortung übernehmen, indem er dort produzierte werthaltige Erzeugnisse kauft und Nachhaltigkeit unterstützt. Diesem Konsumentenbedürfnis trägt das 1994 gegründete Netzwerk UNSER LAND Rechnung: Es verbindet in Süddeutschland 300 Erzeugerbetriebe, 10 Solidargemeinschaften und die Kunden aus der Region miteinander. Eine erfolgreiche Initiative, deren Konzept Weiss in ihrem handlichen Buch beschreibt. So kann UNSER LAND als Vorbild für alle dienen, die ihre regional erzeugten Produkte besser vermarkten und an der Bewusstseinsbildung mitwirken wollen.

Auch für den Endkonsumenten ist das Büchlein informativ. Denn Weiss nimmt den Leser mit aufs Feld, in die Mühle und in die Backstube, damit er sieht, wie viel landwirtschaftliches Wissen, Naturverständnis, Zeit und Handwerkskunst für ein richtig gutes Brot erforderlich sind. Von der Aussaat bis zum fertigen Brot begleitet die Autorin den gesamten langen Prozess. Für dieses Thema ist sie Expertin, war sie doch viele Jahre Beauftragte des Brotprogramms des Netzwerks UNSER LAND.

Wenn Sie nach dem Lesen des Buches Lust bekommen haben, regionale Erzeuger zu unterstützen, finden Sie diese in vielen Hamburger Supermärkten. Außerdem bietet der neue Hofladen HYGGE – the farm in der Cordsstraße mittlerweile ein breites kulinarisches Angebot. Neben dem in den Gewächshäusern vor Ort gezogenen Gemüse umfasst das Angebot z. B. Sauerteigbrote des artisanalen Bäckers bread., Molkereierzeugnisse, Honige und Konfitüren, Pastasaucen und Wurst aus kleinen regionalen Manufakturen.

oekom Verlag

120 Seiten, Softcover

ISBN 978-3-96238-201-8

14,00 €

Auch als E-Book erhältlich.



Anzeige



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

Mehr Farbe in der Personalgewinnung

Mit branchenunüblichen Angeboten gegen den
Fachkräftemangel im Malerhandwerk

Von Gabriela Friedrich

📷 Marc Schultz-Coulon



Unternehmer klagen grundsätzlich über Fachkräftemangel, doch für Handwerksbetriebe ist es besonders schwer, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Deshalb setzt Jessica Hansen, „DIE MALERIN“, aus Osterby auf branchenunübliche Angebote, mit denen sie gute Leute aus der Schleiregion für ihren Betrieb gewinnen will.

Wie gut, dass Farbe auch mal trocknen muss: So findet selbst die vielbeschäftigte Malermeisterin Jessica Hansen einige Minuten Zeit für unser Telefon-Interview. Die Auftragsbücher ihrer Firma sind voll: Sie bietet Maler- und Tapezierarbeiten, das Verlegen von Fußbodenbelägen und die Montage von Plissees. Wer mehr Unterstützung bei der Gestaltung seines Zuhauses oder einer für Touristen attraktiven Ferienwohnung benötigt, erhält bei Jessica Hansens zweiter Firma JH Interior einen Rundum-Service. Von der Planung bis zur Umsetzung kümmert sich die Wohnlichkeits-Expertin um große und kleine Einrichtungsprojekte. Und Ehefrau und Mutter von drei Kindern – Zwillinge plus ein Nachzügler – ist die dynamische Norddeutsche auch noch. Wer all das erfolgreich managen muss, braucht gute, loyale Mitarbeiter. Um diese zu finden und zu halten, hat sich die Unternehmerin einiges ausgedacht:

Flexible Arbeitszeitmodelle – ideal auch für Frauen

„Eine ausgewogene Work-Life-Balance wünschen sich auch Maler“, erklärt Hansen. „Deshalb können unsere Mitarbeiter wählen, wie viel sie arbeiten möchten: Halbtags, vier oder fünf Tage in der Woche – bei uns ist alles möglich!“ Diese Flexibilität macht ihre Firma auch für Frauen attraktiv: „Ich habe eine Mutter mit zwei Kindern eingestellt, die halbtags bei uns arbeitet. Wir waren der einzige Betrieb im Umkreis, in dem sie eine Halbtagsstelle als Malerin gefunden hat.“



Samstags ist bei Jessica Hansen immer frei, und auch während der Weihnachtsfeiertage sowie drei Wochen in den Sommerferien macht sie den Betrieb zu – solch familienfreundliche Arbeitsbedingungen sind branchenunüblich. Und in Zeiten steigender Lebenshaltungskosten und Spritpreise setzt Jessica Hansen auch die richtigen finanziellen Anreize: Zusätzlich zur ohnehin übertariflichen Bezahlung auf Stundenbasis bezahlt sie einen Fahrkostenzuschuss und erlaubt den Mitarbeitern, den Firmenwagen mit nach Hause zu nehmen. So können sie ihn am nächsten Tag direkt für den Weg zum Arbeitsplatz nutzen – den Fahrkostenzuschuss gibt's natürlich trotzdem. Und weil Maler mit konkreten Zahlen am meisten anfangen können, steht auf Jessica Hansens Website klar und unmissverständlich:

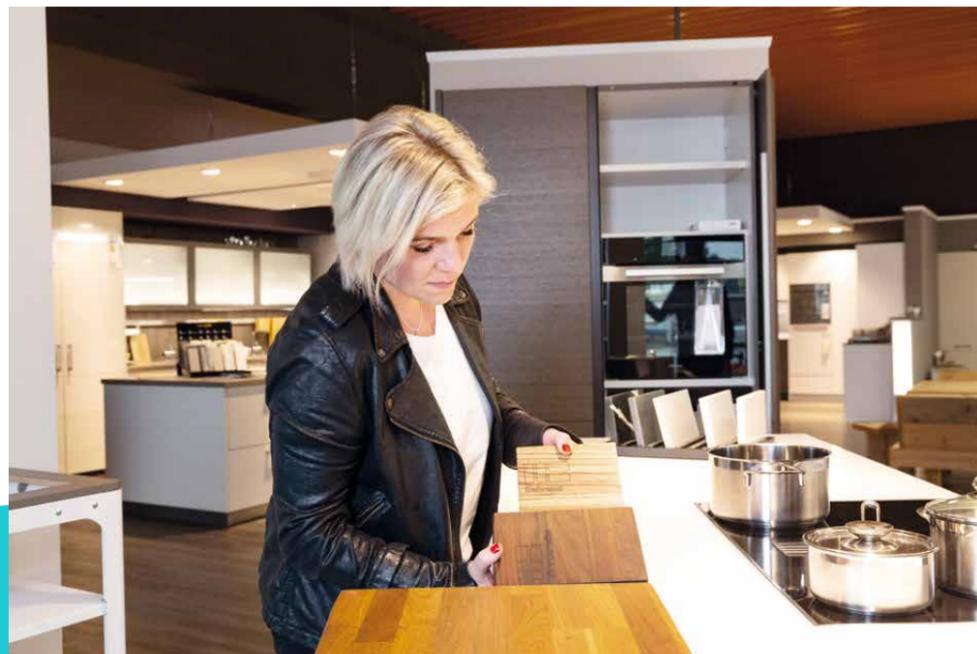
„Mit Steuerklasse I ohne Kirche und Kinder verdienst du bei uns ca. 2.300,- € netto im Monat. Mit Steuerklasse III ohne Kirche und einem Kind bekommst du ca. 2.700,- € netto im Monat.“

Da weiß jeder, woran er ist – und bewirbt sich gerne.

Auch die Fahrzeiten zwischen Betrieb und Kunde zahlt Jessica Hansen ihren Mitarbeitern.

Damit dies für alle Beteiligten vorteilhaft ist, hat sie extra den Radius verringert, in dem sie Aufträge annimmt. So spart sie Geld, und die Mitarbeiter sparen Zeit.





Berufserfolg braucht kein Studium

Mit der Nachwuchsgewinnung tut sich das Handwerk ebenfalls schwer: „Alle wollen studieren, niemand interessiert sich fürs Handwerk“, schildert Hansen das Problem. Doch ein wenig sind die Schwierigkeiten vom Handwerk selbst gemacht: „Lange wurde der Malerberuf branchenintern schlecht geredet. ‚Wenn du nichts findest, werd‘ Maler‘ hieß es.“ So katastrophal war das Berufsimago, dass sogar Jessica Hansens Mutter der Tochter die Berufswahl auszureden versuchte: „Du wirst ein ganzes Leben Tapeten kratzen“, hatte die Mutter gewarnt. Sogar zum Chef von Jessicas Ausbildungsbetrieb war sie gefahren und hatte dort gefleht: „Bitte reden Sie Jessica das aus!“ Glücklicherweise war die Mutter mit ihren Versuchen erfolglos geblieben. Heute freut sie sich, wie Jessica Hansens vor zehn Jahren gegründetes Unternehmen wächst und welche Reputation die Malermeisterin im Großraum Eckernförde mittlerweile genießt.

Damit wird Jessica Hansen DIE MALERIN zum Vorbild für immer mehr junge Mädchen: Wenn sie in den Schulen der Region Vorträge über das Berufsbild und die Karrierechancen von Malern hält, erkennen Schülerinnen: „Das ist toll“ und schlussfolgern prompt: „So einen kreativen, vielfältigen Job wie die Frau Hansen will ich auch!“ Und die Jungen be-

kommen große Ohren, sobald sie begreifen: „Mit einer Malerausbildung kann ich auch in den Vertrieb gehen. Oder ich mache meinen Meister und gründe entweder ein eigenes Unternehmen oder werde Berufsschullehrer.“ Diese Perspektiven waren den Schülern zuvor überhaupt nicht bewusst. Schulkinder liegen Jessica Hansen am Herzen – insbesondere die, deren Schulnoten nicht so gut sind.

„Ich hatte früher selbst schlechte Noten“, bekennt sie. „Und man glaubt dann leicht, man sei dumm. Aber eigentlich war man nur zu faul.“

Das ändert sich ganz schnell, wenn man Aufgaben bekommt, die einen wirklich interessieren.“ Um Kindern die Möglichkeit zu geben, Interesse am Malerberuf zu entwickeln, wird Jessica Hansen bald einen Klassenraum in einer Schule streichen – natürlich gemeinsam mit den Kindern und mit einer Auszubildenden ihres Betriebs, die gerade das erste Lehrjahr abgeschlossen hat. Diese wird dann zeigen, was sie im ersten Lehrjahr schon gelernt hat – und Lust machen auf Farbe in allen Nuancen.

Anzeige



Ruinart

LA PLUS ANCIENNE MAISON
DE CHAMPAGNE



Wohin führen NFTs die Kunst?

Michael Wesleys alternde Tulpensträuße

Von Rene S. Spiegelberger

Bisher zeichneten Jeff Koons, David Hockney oder Gerhard Richter dafür verantwortlich, wenn es um Rekorde zeitgenössischer Künstler im Auktionsmarkt ging. Auch haben wir uns seit geraumer Zeit daran gewöhnt, dass der aus England stammende Sprayer Banksy die bisher geltenden Gesetzmäßigkeiten der Kunstszene humorvoll kritisch hinterfragte und damit an so mancher Stelle Sammler oder sogar Kunstmarktprofis aus ihrer Komfortzone drängte. Unvergessen bleibt die Sotheby's-Auktion von 2018, bei der das Werk Girl with Ballon nach dem Zuschlag von einer Million Pfund vor den Augen des verstörten Saal-Publikums durch einen im Rahmen versteckten Schredder größtenteils zerstört wurde.



Nun aber gibt es neuerlich Unruhe in der Top-Liga: Platz drei für das teuerste Werk eines lebenden Künstlers nimmt aktuell Beeple ein. Wie zuvor bei dem Phantom aus Bristol müssen wir uns auch hier erst einmal an dessen Schreibweise gewöhnen. Die Pandemie förderte also wieder ein neues Phänomen der Kunstwelt zu Tage: Non-Fungible Tokens,

kurz NFTs. Erstaunlich daran ist, dass sie es trotz der Komplexität der ihnen zu Grunde liegenden Technologie schafften, sich binnen kürzester Zeit zum Hype zu entwickeln. Charakteristisch für diese Art von Phänomenen ist, dass sie ihre eigenen Ikonen kreieren, die es wie die CryptoPunks, Bored Apes oder Flowtys schafften, Allgemeingültigkeit zu erlangen.

Hinzu kommen, wie so häufig, atemberaubende Preise für zumeist nicht ohne weiteres nachvollziehbare Gegenwerte. Wie bereits im klassischen Kunstmarkt wird dies erschwert durch die Frage der Wechselwirkung zwischen Preis, künstlerischer Relevanz und Qualität. Höchste Qualität in der Kunst hat zumeist ihren Preis. Aber ist der Umkehrschluss deswegen folgerichtig? Selbstverständlich nicht:

Auch ein zum günstigen Preis erhältliches Werk kann sich durch höchste Güte auszeichnen.

Die neue Kunstgattung wird von einer Wolke von Halbwissen verschleiert und erschließt sich vorzugsweise denen, die sich der sogenannten Web3-Gemeinschaft zurechnen können. Einen gewissen Verständnisvorteil haben diejenigen, die am Kapitalmarkt bereits mit Kryptowährungen wie Bitcoin (BTC) oder Ether (ETH) Erfahrungen gesammelt haben. Zum Verständnis hilft es, zu wissen, dass ein NFT ein kryptografischer Wert ist, der das Eigentum an etwas Einmaligem, nicht Austauschbarem darstellt.

Im klassischen Sammlerverständnis gedacht sind hier also die Einzigartigkeit des Werkes in Verbindung mit dem Eigentumsanspruch am Original entscheidend. Rhein II von Andreas Gursky hält den Rekord für das teuerste Foto der Welt. Die Originale der Sechser-Auflage davon hängen beispielsweise im New Yorker MoMA oder der Londoner Tate Modern, zudem tausende Abzüge bei Fotokunst-Freunden überall auf der Welt. Diese sind motivisch absolut identisch, könnten theoretisch sogar die gleiche Größe aufweisen und wären somit äußerlich nur vom Fachmann vom Original unterscheidbar.

Dennoch kann jeder Interessierte nachvollziehen, in welchen prominenten Sammlungen die seltenen Originale hängen.

So verhält es sich auch mit NFT-Kunstwerken, ihrer öffentlichen Sichtbarkeit und den mit ihnen verbundenen Eigentumsrechten.



Aber auch die klassische Kunstwelt hat den Reiz dieser Sammelobjekte für sich erkannt, und Künstler wie Damien Hirst, Takashi Murakami oder das Belvedere in Wien haben NFTs erstellt und verkauft. Die Verlockung hierfür ist groß: Schließlich stieg das NFT-Handelsvolumen im Januar 2022 auf umgerechnet über 6 Milliarden US-Dollar. Somit könnte der gattungsübergreifende NFT-Handel im laufenden Jahr das globale Kunst-Handelsvolumen überflügeln.

Konstatieren lässt sich jedoch, dass die Welten der alten und der neuen Kunst derzeit noch strikt getrennt bleiben. Mit dafür verantwortlich ist die Tatsache, dass sich am ehesten die Bevölkerungsgruppe der Millennials mit NFTs befasst. Die klassischen Kunstsammler hingegen sind eher der Generation X und Y oder noch den Generationen davor zuzuordnen.

Ein spannendes Experiment verspricht vor diesem Hintergrund die Zusammenarbeit von dem in der klassischen Kunstwelt etablierten Fotokünstler Michael Wesely und des in der Krypto-Szene als Trendsetter bekannten Künstlerkollektivs Flowtys. „Die Kooperation mit Flowtys für dieses gemeinsame NFT-Kunstwerk gibt mir endlich die Möglichkeit, die Arbeit an diesem zentralen Werkkomplex künstlerisch auf den Punkt zu bringen“, konstatiert der bereits im MoMA repräsentierte Wesely. Im Rahmen der 8. Triennale der Photographie hat der Fotograf neun seiner Blumensträuß-Arbeiten zum Stilleben 2.0 erhoben. Die Rolle von Flowtys erläutern die Digitalkünstler hierbei so: „Während das Einfangen des Motives Michael Weselys Teil des Kunstwerkes ist, ist dessen



Wiedergabe unser Teil. Hierfür entwickelten wir einen Smart Contract, welcher das auf der Blockchain liegende digitale Kunstwerk mit dem Fortschreiten der Zeit verändert und das optische Altern ermöglicht.“ Die hierzu entwickelte Implementierung eines Alterungsprozesses für NFTs ist einzigartig und vollendet somit diese bei Wesely bereits seit Jahrzehnten fortlaufende Werkgruppe.

Erste Verwendung fand dieser Smart Contract für eine Reihe von zehntausend Morphys genannten Zeichentrickfiguren aus den 1920er Jahren, die ihr Aussehen und ihre Eigenschaften ändern können.

Das Altern zerkratzt, verstaubt und vignettiert die Charaktere – vergleichbar mit ihren Pendants auf der historischen Filmrolle.

Das Künstlerkollektiv will hiermit auf den Lobbyismus von Disney aufmerksam machen, der die Verlängerung des Urheberrechtes beispielsweise für Mickey Mouse für den Konzern gewährleisten soll und somit einer freien künstlerischen Nutzung der Comic-Ikone entgegensteht. Die NFT-Kunstgemeinde honorierte dieses Konzept und bescherte der Flowtys-Premiere im September 2021 beachtlichen Erfolg. Die Kollektion war binnen 28 Minuten ausverkauft.



Weselys Tulpensträuße – ihr Lebenszyklus

Gesprossen, gestrahlt und verblüht sind Weselys Tulpensträuße vom Beginn des Advent 2021 bis in den Januar dieses Jahres. Seine Kamera war zwischen wenigen Tagen bis zu gut zwei Wochen dabei und machte alle vier Sekunden ein Bild: „Klick, klick, klick.“ – Eine ungeheure Datenmenge ist so entstanden und bildet die Grundlage für das, was der Fotograf keinesfalls mit einem Zeitraffer verwechseln will. „Ein Zeitraffer verwirft die Vergangenheit des Prozesses, dem er folgt. Er bewegt sich auf dem Zeitstrahl in überhöhter Geschwindigkeit und verbleibt auf dem Pfad des Ereignisses. Unsere NFTs akkumulieren alles Vergangene in sich und formen sich nur langsam in ein Zukunftsbild um“, so der Künstler.

Nachdem nun die digitale Fototechnik und die Programmier-Gesetze der Kryptoszene ihre künstlerische Anwendung fanden, galt es noch eine weitere Entscheidung zu treffen, die im Kern von philosophischem Charakter geprägt ist:

Wie schnell sollen die Werke altern, und welchen Wert messen die Künstler den drei unterschiedlich langen Prozessen zu?



Die Entscheidung sei intuitiv gefallen, berichtet Wesely, und sie sei sehr einfach nachvollziehbar. Der Zukunft vorauszuweichen sei einer der ältesten Menschheitsträume, und somit seien die Werke, die von Sonnenaufgang bis Sonnenuntergang ihren kompletten Lebenszyklus dem Betrachter visuell offenbaren, um darauf sofort von neuem zu sprießen und zu vergehen, am höchsten zu bewerten. Wer hingegen bereit ist, ein Jahr zu investieren, um immer wieder die langsamen Veränderungen von der jungen Knospe hin zu voller Blüte und dem späten Welken zu beobachten, soll für diese Marathon-Werkrezeption mit einem hundertfach günstigeren Preis belohnt werden. Was zwischen diesen Extremen liegt, ist folgerichtig, aber nicht minder spannend: Es sind drei der neun Sträuße, die exakt den Lebenszyklus ihrer jeweiligen biologischen Blaupause nachzeichnen. Einzig unterscheidet sie ihr Pakt mit der Ewigkeit – oder weniger pathetisch formuliert: der Blockchain.

Für alle, die ihre Kunst weiterhin gerne an der eigenen Wand genießen, hat Michael Wesely eine korrespondierende physische Edition geschaffen: Zu jedem der Motive gibt es ein Triptychon sowie ein charakteristisches Einzelmotiv. Die Auflage ist auf jeweils drei Exemplare beschränkt. Hierzu Wesely: „Aus dem Alterungsprozess heraus kann man spannende Stadien definieren:

Ab einem gewissen Punkt überwiegt der Eindruck des Verwelkens, frühere Zeiträume betonen das Wachsen.

Deshalb ist es schlüssig, in Kombination dieser Werkgruppe zusammen mit den NFTs erstmals auch diese Dreier-Sequenzen zu zeigen. Zudem ist jeweils ein besonderes Einzelmotiv zu erwerben.“



Alle Informationen zur NFT-Kunst Reihe finden Sie unter www.weselynft.com



Anzeige



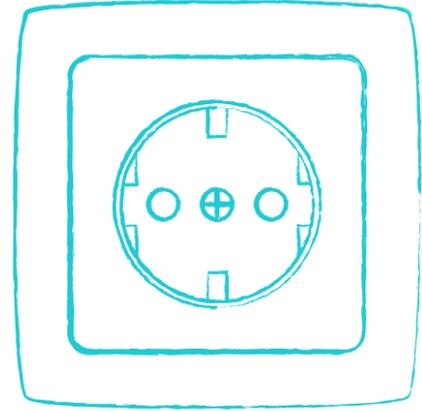
FOTOGRAFIE
Marc Schultz-Coulon

Mitarbeiterfotos · Businessfotos · Veranstaltungen · Präsentationen · PR

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

www.schultz-coulon.de





Fa(I)ke News

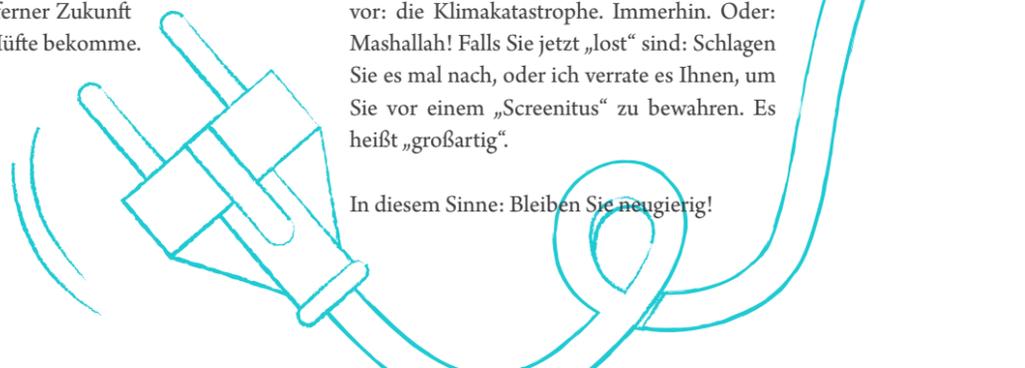
Von Falk Röbbelen

Gut vorbereitet zu sein, ist heute ganz offensichtlich nicht mehr en vogue, oder es ist gar „cringe“ – so würden es meine Söhne ausdrücken und damit meine ausufernden Vorschläge zu einer guten Vorbereitung auf schulische Klausuren als peinlich diskreditieren. Auf diese Jugendsprache war ich jedenfalls alles andere als gut vorbereitet ...

Gute Vorbereitung ist alles, oder wie es Goethe ausdrückte – und wen würde man lieber zitieren – „Man erkennt nur, was man schon weiß und versteht“. Und damit sind wir schon am Punkt: In Zeiten von gewaltigen Umbrüchen, Innovationen, Globalisierung oder gar Disruptionen versteht man kaum noch etwas, und unser Wissen ist häufig älter als die Zeitung von gestern. Dennoch wundern wir uns in letzter Zeit häufiger über mangelnde Vorbereitung: Egal ob Putins in allen Facetten absurder Krieg in der Ukraine, faxende deutsche Gesundheitsämter, eine überforderte deutsche Politik im zweiten Corona-Herbst oder eine undurchdachte Entlastung durch ein 9 Euro-Ticket, das zu Panikattacken bei der deutschen Bahn oder auf Sylt sorgt – in all diesen Fällen scheint gute Vorbereitung ein Fremdwort zu sein. Aber natürlich haben auch die Unvorbereiteten Argumente: Agilität sei besser als Vorbereitung, die schon aufgrund der enormen Komplexität heute gar nicht mehr möglich sei. Das mag auch hier und da zutreffen, aber gerade die Beispiele oben zeigen, dass gute Vorbereitung sinnvoll sein kann. So wäre ich beispielsweise ganz dankbar für eine gute Vorbereitung meines Arztes, wenn ich in nicht allzu ferner Zukunft eine neue Hüfte bekomme.

Zu penible Vorbereitung kann aber auch mitleidiges Lächeln hervorrufen. Diese Reaktion dürfte nicht ungewöhnlich für sogenannte „Prepper“ sein. „Prepper“ ist abgeleitet von „be prepared“, also quasi „allzeit bereit“. Dies steht für Menschen, die sich gezielt auf jede auch immer geartete Katastrophe vorbereiten. Auf alles und jedes vorbereitet zu sein, kann der direkte Weg nach Absurdistan sein. Aber wo ist die Grenze? Ja, ich gebe zu, seit ich das Buch „Blackout“ über einen zweiwöchigen Stromausfall in Europa gelesen habe, habe auch ich neben nachhaltiger Photovoltaik inkl. eines Speichers zudem einen Brunnen, ein Dieselnostromaggregat, Diesel und natürlich ausreichend Wasser zuhause. Und doch: Wenn ich die Checkliste des Bundesamts für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK) lese, dann ertappe ich mich beim Ausfüllen einer Einkaufsliste. Andererseits: Ist ein Kurbelradio noch sinnvoll, wenn die Radiosender digital senden und kein Strom mehr da ist? Amazon bietet auch das an – genauso wie eine Blackout-Notfallausrüstung für 269 Euro. Die 16-teilige Serie „7 vs Wild“ auf YouTube wurde 60 Millionen mal angeschaut. Den Markt dafür scheint es zu geben. Und wo könnte das Spiel mit der Angst besser funktionieren als in Deutschland, dem Tempel der „German Angst“, dem Land, das aus Angst anfängt, Verteidigungs- und Angriffswaffen zu unterscheiden? Das Land, das die am besten versicherten Menschen beheimatet und das Land, in dem Politiker aller Couleur lieber Reformstaus in Kauf nehmen in dem Wissen, dass es für Neues keine Mehrheiten gibt! Und da letzteres für alle Demokratien gilt, so bereiten wir zumindest eines mit Akribie weltweit vor: die Klimakatastrophe. Immerhin. Oder: Mashallah! Falls Sie jetzt „lost“ sind: Schlagen Sie es mal nach, oder ich verrate es Ihnen, um Sie vor einem „Screenitus“ zu bewahren. Es heißt „großartig“.

In diesem Sinne: Bleiben Sie neugierig!



Anzeige



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 unserem Partner **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

Ergebnis innerhalb von 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!

Unser Gastro-Tipp

HYGGE - DAS Kulinarik-Konzept in den Elbvororten

Seit seiner Eröffnung vor vier Jahren ist das HYGGE im Landhaus Flottbek zu einer der gefragtesten Gastro-Locations im Hamburger Westen geworden. Bereits das Ambiente verführt: Skandinavisches Design trifft gehobene Hütten-Atmosphäre, ein Vorhang aus Glühbirnen über dem Bartresen und englische Ledersessel vor dem gläsernen Kamin – stylisch, gemütlich, hyggelig. Und an einem lauen Sommerabend sitzt man nirgendwo so idyllisch wie im Garten hinter dem mächtigen Reetdachhaus.

Kulinarisch wird hier jeder glücklich: Das Dinner-Menü bietet eine reiche Auswahl an Fleisch-, Fisch-, Meeresfrüchte- und vegetarischen Gerichten, dazu das HYGGE-typische Sauerteig-Superbrot mit kaltgeschlagener gesalzener Fassbutter.

In den Genuss dieser exzellenten Küche kommt übrigens auch, wer für sein Meeting oder seinen Workshop die Remise im Landhaus Flottbek bucht, die wegen der Raumhöhe auch als „Kathedrale der Kreativität“ bezeichnet wird – denn das Tagungs-Catering kommt aus dem HYGGE.

Und woher kommen die im HYGGE verwendeten Zutaten? Seit dem vergangenen Jahr liefert HYGGE - the farm in Nienstedten das Gemüse. In den Gewächshäusern der früheren Gärtnerei Cords in der Cordsstraße 3, nur fünf Fahrminuten vom Restaurant entfernt, wachsen jetzt Tomaten, Paprika, Gurken, Zucchini, indischer Spinat, Grünkohl, Kürbisse und Kräuter. Noch regionaler und frischer geht es nicht!

Öffnungszeiten:
Täglich ab 16.00 Uhr

Adresse

Baron-Voght-Straße 179
22607 Hamburg

www.hygge-hamburg.de

Kontakt

040 – 82 27 41 60



Anzeige

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>



Rita Herbers

Hamburg, Frankfurt und New York sind Stationen Ihrer beruflichen Laufbahn. Was macht Hamburg zu Ihrer Lieblingsstadt?

Hamburg ist eine weltoffene Metropole, die Menschen aus verschiedenen Kulturen und mit ganz unterschiedlichen Hintergründen anzieht. Die Vielfalt der Menschen gepaart mit den Möglichkeiten der Stadt macht Hamburg zu meiner Lieblingsstadt, denn Hamburg bietet alles, was eine Stadt lebenswert macht. Dazu gehört auch das Wasser, das immer bereichernd für die Wohnqualität ist. Ebenso gibt es im Umland viele Möglichkeiten, die Natur zu genießen. Und als waschechte Norddeutsche freue ich mich natürlich sehr über den norddeutschen Humor und die norddeutsche Art.

Die Hamburger Volksbank engagiert sich stark in der Region. Warum ist auch Ihnen das so wichtig?

Wir sind als regionale Genossenschaftsbank dazu gegründet worden, für unsere Mitglieder und Kunden, die in der Metropolregion Hamburg leben und wirtschaften, einen Mehrwert

Wer ist Rita Herbers?

Im Laufe ihrer mittlerweile 34-jährigen Bankkarriere hat sie, qualifiziert durch eine Ausbildung als Sparkassenbetriebswirtin und ein Internationales Training für allgemeines 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.

zu stiften. Wir sind Teil der Region und wollen unsere Stadt im Sinne unseres Förderauftrags aktiv unterstützen und weiterentwickeln.

Sie sind gebürtig aus Lathen. Was sollte man mal über Ihren Geburtsort gehört haben?

Lathen ist ein Dorf im Emsland, das in eine schöne, typisch norddeutsche Landschaft eingebettet ist. Den unmittelbaren Naherholungswert erkennt jeder, der das Emsland mit dem Fahrrad erkundet. In Lathen werden Sie dabei auf viele bodenständige und ehrliche Menschen treffen.

Wo sehen Sie den größten Unterschied zwischen Ihrer Volksbank und Großbanken? Was sind Vor- und Nachteile?

Beide Strukturen haben ihre Berechtigung sowie ihre Vor- und Nachteile. Als Hamburger Volksbank sind wir sehr eng mit unseren Kunden, mit dem Markt und mit der Metropolregion Hamburg verwoben. Das bedeutet: Wir sind vom Azubi bis hin zum Vorstand in der Region erlebbar und ansprechbar. Wir kennen unsere Kunden sowie den regionalen Markt sehr genau. Gleichzeitig bieten wir im Zusammenspiel mit unseren genossenschaftlichen Finanzpartnern – wie zum Beispiel der DZ Bank – das gleiche Leistungsspektrum einer Großbank. Diese Kombination aus Regionalität und dem Produktuniversum einer Großbank zeichnet uns besonders aus.

Welche regionale Spezialität würden Sie als ehemalige „Regional Head Trade Finance & Cash Management Americas“ einem Ex-Kollegen nach New York mitbringen?

Amerikaner würden mit Sicherheit Franzbrötchen mögen. Dabei ist es natürlich immer so eine Sache mit der Frische. Ich kann Ihnen verraten, was ich meinem damaligen Team mitgebracht habe, wenn ich in Deutschland war: Marzipan. Marzipan wird in den USA nicht in der Qualität des (nord-)deutschen Marzipans produziert. Mein Team hat sich immer über "German Marzipan" gefreut!

Anzeige



MIT ABSTAND DER BESTE SERVICE.

JETZT BUCHEN:

+49 40 70 70 88 917

SALES@AIR-HAMBURG.DE



AIR HAMBURG



Postmaximal-Syndrom

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,
Kleine Reichenstraße 6, 20457 Hamburg

Konzeption und Design:

:Laborato, Kleine Reichenstraße 6,
20457 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:

a&c Druck und Verlag GmbH
Theodorstraße 41d
22761 Hamburg, www.auc-hamburg.de

Nächster Redaktionsschluss:

19. August 2022

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

JEDE UNTERNEHMUNG BIRGT RISIKEN UND CHANCEN

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

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

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

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

NOCH UNBESTIMMTES GEWERBE mit zweieinhalb Mitarbeitern und einer Katze in einer geliehenen Garage.
Aussichten: Glänzend!

ERGREIFEN
SIE DIE CHANCEN,
LASSEN SIE DIE
RISIKEN BEI
UNS

Sohrab Zafari
ARCHITEKT

WEMPE
IRON WALKER
GLASHÜTTE 1/SA

Automatik Chronograph | Edelstahl | Geprüftes Chronometer | 3.995 €

AN DEN BESTEN ADRESSEN DEUTSCHLANDS UND IN NEW YORK, PARIS, LONDON, WIEN, MADRID - WEMPE.COM
GERHARD D. WEMPE GMBH & CO. KG, STEINSTRASSE 23, 20095 HAMBURG