

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Karen Queitsch

SUND Group

Familienunternehmer des Jahres 2023

Business-Gala mit Weitblick

Preisverleihung des Schalthebels
der Wirtschaft

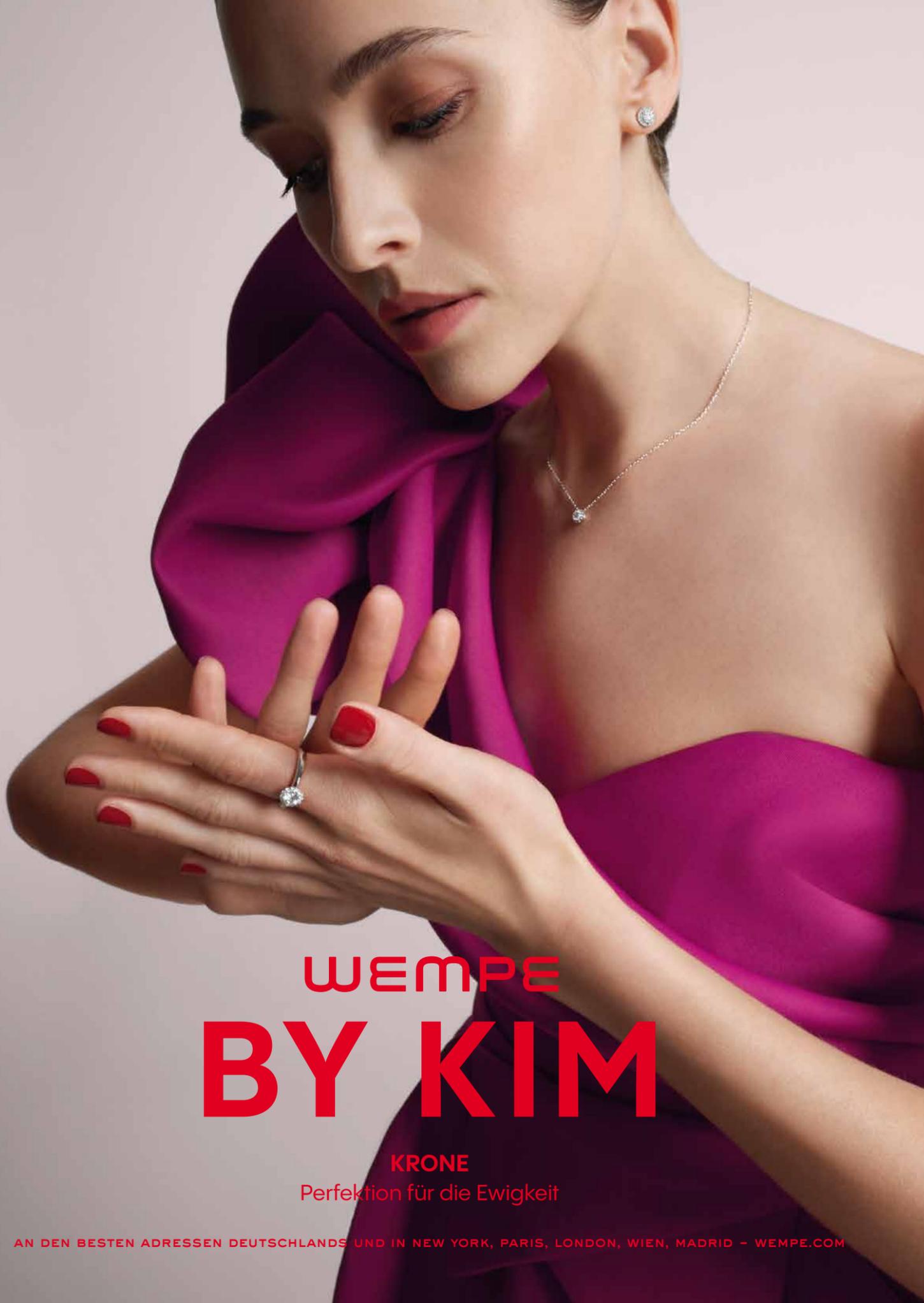
Ordnungspolitischer Preis

wird verliehen an
Professorentrio

Nr.3

2023

Generationalen



WEMPE
BY KIM

KRONE
Perfektion für die Ewigkeit

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

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

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

In den letzten Jahrhunderten gab es zahlreiche Krisen, und auch in der Zukunft wird es immer wieder Krisen geben – dies ist leider unvermeidbar. Doch bergen Krisen auch immer Chancen, weil nur die Krise uns zu notwendigen, wenn auch unangenehmen Veränderungen zwingt: Veränderungen, die man nicht freiwillig vornimmt, wenn alles innerhalb der Komfortzone ganz gut läuft. Wer wie wir Familienunternehmer in Generationen denkt, der reagiert meist frühzeitig auf bevorstehende Krisen, damit diese am Ende gar nicht erst existentiell werden und die kommende Generation nicht unnötig belasten. Diese Eigenschaft ist bei den meisten Familienunternehmen stark verwurzelt – insbesondere dann, wenn ein Unternehmen von Generation zu Generation weitergegeben wurde. Es gibt keine Unternehmen mit langer Tradition ohne Krise bzw. schlechte Zeiten. Umso mehr freuen wir uns, dass wir Ihnen in dieser Ausgabe die Familienunternehmer des Jahres 2023 vorstellen dürfen, welche ein Paradebeispiel für den Wandel einer Unternehmung, den Mut für Veränderungen und den Glauben an eine positive Zukunft sind. Lesen Sie im Porträt zudem, warum ein fast siebenstelliger Gebührenscheid für eine Baugenehmigung leider doch kein Scherz oder ein Versehen gewesen ist.

Wie sagte schon Albert Einstein: „Mehr als die Vergangenheit interessiert mich die Zukunft, denn in ihr gedenke ich zu leben.“ Entscheidend ist, ob es eine Wahrnehmung für notwendige Veränderung gibt – gekoppelt mit der Bereitschaft, Veränderungen durchzuführen. Hier sind Unternehmer für die Gesellschaft und die Politik besondere Vorbilder, denn sie haben eine Idee davon im Kopf, wie es in der Zukunft aussehen soll, obwohl der Zustand ja noch gar nicht eingetreten ist. Mut zu Veränderungen, Neues zu wagen und Altes zu verwerfen – das gelingt vor allem dann gut, wenn durch Visionen Kräfte entfesselt werden. Politik muss hierfür Freiräume schaffen und darf nicht überregulieren. Staatswirtschaft und Planwirtschaft führen nicht aus der Krise, sondern zunehmend in die Krise.

Wir brauchen eine starke Soziale Marktwirtschaft, in der den Kräften mittelständischer Unternehmen vertraut wird. Und lassen Sie uns mal eine Sache entgegen der weitverbreiteten politischen Meinung festhalten: Wir stecken bereits voll in der Krise! Deutschland wird als Wirtschaftsstandort und als relevanter Player international gerade nach hinten durchgereicht. Genau JETZT ist die richtige Zeit zum Handeln! Unternehmer müssen wieder lauter werden, wenn sie für sich und auch die nachfolgenden Generationen den Nährboden bereiten wollen, eine Zukunft in Wohlstand zu gewährleisten.

Werden Sie lauter, wenn Sie meinen, die Soziale Marktwirtschaft würde mehr Entfesselung für die nachfolgenden Generationen benötigen!

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen –

Malte Wetterern & David Friedemann



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



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



David Friedemann
DIE JUNGEN UNTERNEHMER

Malte Wetterern
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Veranstaltungen

- 12 Schalthebel der Wirtschaft 2023
- 24 Frau Unternehmer - Jahrestreffen
- 54 Verleihung: Ordnungspolitischer Preis



Politik & Gesellschaft

- Statements der Regionalvorsitzenden 8
- Ein neuer Claim für Hamburg? 20
- Künstliche Intelligenz 64
- Glosse - Fa(I)ke News 86



Unternehmertum

- 32 Nordstory - SME GmbH
- 46 Südstory - Medianest
- 50 Südstory - RIMPLER COSMETICS
- 56 CAICON - Lars-Hendrik Pirck
- 60 macroMETAL - Alexander Julius

Karen Queitsch



Titelstory

- SUND Group im Interview 38

Kunst, Trends & Style

- Dynastische Linien des Kunstbetriebs 34
- Happy Heartbeat Produkttipps 70

Wissenswertes

- 26 Unternehmer-Herausforderung „Gen Z“
- 62 Expertentipps für nachhaltiges Sanieren
- 68 AGA - Alle gleich in der GenZ?
- 76 Alles was Recht ist



Rubriken

- Nachgedacht über Generationen 6
- Klein & fein - Zeit zum Zuhören 30
- Winzerfamilie - Dr. Bürklin-Wolf 72
- Unser Buchtipp 80
- Unser Gastro-Tipp 82
- Nachgefragt - Ian Kiru Karan 84

Vertraut der Jugend!

Von Dr. Björn Castan

Schon seit Sokrates seinen berühmten Satz über künftige Generationen gesagt hat, gehört es zu den allseits beliebten Disziplinen der deutschen Selbstschimpfungsmoralität, in der jeweils nächsten Generation den Untergang des Abendlandes zu erkennen. Sokrates sagte: „Die Jugend von heute liebt den Luxus, hat schlechte Manieren und verachtet die Autorität. Sie widersprechen ihren Eltern, legen die Beine übereinander und tyrannisieren ihre Lehrer.“ (470-399 v.Chr.) Aristoteles ging noch einen geradezu fatalistischen Schritt weiter und bemerkte:

„Ich habe überhaupt keine Hoffnung mehr in die Zukunft unseres Landes, wenn einmal unsere Jugend die Männer von morgen stellt. Unsere Jugend ist unerträglich, unverantwortlich und entsetzlich anzusehen.“ (384-322 v. Chr.)

Wie wir heute alle wissen, ist das Abendland (was auch immer das sein mag) trotz aller Befürchtungen bislang nicht untergegangen – ganz im Gegenteil! Und – das erscheint mir hier wirklich wichtig: Die jüngeren Generationen haben stetig Besseres hervorgebracht als ihre jeweilige Vorgängergeneration. Global steigender Wohlstand und eine erheblich verlängerte Lebenserwartung der Menschheit sind das Ergebnis ständigen Fortschritts, der von Generation zu Generation vorangetrieben wird.

J. F. Kennedy sagte: „Es ist das Schicksal jeder Generation, in einer Welt unter Bedingungen leben zu müssen, die sie nicht geschaffen hat.“ Ich möchte dem hinzufügen, dass es nicht nur das Schicksal, sondern auch das Privileg jeder Generation ist, auf dem aufbauen zu können, was vorherige Generationen erschaffen haben. Die heutige Unsitte, Generationen mit Buchstaben zu kennzeichnen, als würde ihnen eine Durchnummerierung gerecht werden wie die Generationen X, Y und Z, erscheint mir für das Verständnis zwischen den Generationen wenig hilfreich, sondern eher zur Spaltung beizutragen. Im vermeintlichen Erkennen von Stereotypen der proklamierten Eigenschaften einer Generation verengt sich der Blick auf die nächsten Generationen. Dabei sollten wir nie vergessen, dass es den „Durchschnittsmenschen“ weder in diesen Buchstabengenerationen noch in anderen Generationen gibt, sondern dass die Bandbreite der Unterschiede innerhalb einer Generation sehr viel größer ist, als es uns Durchschnittswerte vermeintlicher Eigenschaften einer Generation suggerieren. Lassen wir die selbsternannte „letzte Generation“ kleben, wo sie ist, und lassen Sie uns auf diejenigen vertrauen und denjenigen jede Unterstützung zukommen, die ihre Zukunft und die Zukunft unserer Wirtschaft beherrschen – diejenigen, die bereit sind, Verantwortung zu übernehmen, Neues zu wagen und auch mal zu scheitern. Ich bin

felsenfest davon überzeugt, dass auch unsere Nachfolgenergenerationen ihre eigene Problemlösungskompetenzen entwickeln werden und Wege finden, den Schlamassel, den ihnen vorherige Generationen hinterlassen haben, zu bewältigen.

Ich wünsche mir eine große Offenheit zwischen den Generationen, voneinander zu lernen: Jüngere von Älteren, und genauso können auch Ältere von Jüngeren viel lernen.

Die nächsten Generationen von Unternehmern werden vieles anders machen – genau wie wir heute vieles anders machen als unsere Vorfahren. Und sie werden es noch besser machen als wir – darauf vertraue ich.

Herzlichst
Ihr
Björn Castan

Wie denken Sie über das Verhältnis zwischen den Generationen?

**Schreiben Sie mir gerne an
Castan@researchforfuture.com!**

Der
Autor



Dr. Björn Castan

Statements von Gordian Madsen und Henning Fehrmann

Familienunternehmer denken naturgemäß ökonomisch und langfristig, d. h. in mehreren Generationen. Was kann die Politik von ihnen lernen?

Gordian Madsen: Familienunternehmer haben einen anderen Zeithorizont; das Denken in Generationen bringt Vorteile mit sich, von denen die Politik profitieren könnte:

1. Es fördert Nachhaltigkeit. Plant ein Unternehmer, sein Geschäft an seine Kinder und Enkelkinder weiterzugeben, trifft er Entscheidungen, die langfristigen Wert und Stabilität gewährleisten, anstatt kurzfristige Gewinne zu priorisieren. Entsprechend könnte die Politik Investitionen in Bildung, Infrastruktur und Umweltschutz priorisieren, die zwar sofortige Kosten verursachen, aber langfristige Vorteile bieten.
2. Das Denken in Generationen fördert Verantwortung und Verantwortlichkeit. Familienunternehmer wissen: Sie werden für ihre Entscheidungen zur Rechenschaft gezogen – von aktuellen Stakeholdern und auch von zukünftigen Generationen. Politiker mit dieser Denkweise würden transparenter arbeiten und sicherstellen, mit ihren Entscheidungen dem Wohl der gesamten Gesellschaft zu dienen.
3. Es ermutigt zur Vorausplanung und Risikominimierung. Familienunternehmer müssen potenzielle Bedrohungen für ihr Geschäft antizipieren

und Strategien entwickeln, um diesen zu begegnen. In der Politik sollte man ebenfalls proaktiver in Bezug auf globale Herausforderungen wie den Klimawandel oder geopolitische Spannungen handeln.

Fazit: Die Politik sollte von Familienunternehmern lernen, langfristiger zu denken, Verantwortung für Entscheidungen zu übernehmen und proaktiv Herausforderungen anzugehen, was das Vertrauen der Öffentlichkeit stärken und sicherstellen würde, dass die getroffenen Entscheidungen dem Wohl zukünftiger Generationen dienen.

Henning Fehrmann: Dass langfristiges Denken mehr erreicht als kurzfristiges, beweisen die Zahlen: DAX-Family-30-Unternehmen sind regelmäßig erfolgreicher als die Managergeführten DAX-40-Unternehmen. Langfristiges Denken und Handeln zahlen sich also aus! Dies zeigt auch der jahrzehntelange Aufstieg und Erfolg von Singapur, das einem 20-jährigen Masterplan folgt und diesen jedes Jahr überprüft und updatet. All dies vermisst ich in der deutschen Politik! Nicht nur ist die Perspektive kurzfristig, vielmehr erkenne ich überhaupt keine Strategie! Im Ergebnis steigt Deutschland ab und ist wieder der kranke Mann Europas und das Schlusslicht aller Industrienationen weltweit. Will man dies ändern, genügt es nicht, hier oder da –

getrieben von Aktionismus – Einzelaktivitäten vorzunehmen. Vielmehr bedarf es einer 180°-Wendung der Politik, um den Personen und Organisationen, die langfristig handeln, also den mittelständischen Unternehmen, endlich den erforderlichen Freiraum einzuräumen.

Eine Umfrage des BVMW hat ergeben, dass Millionen von Arbeitsplätzen in Gefahr sind, weil mittelständische Unternehmen aufgeben oder ins Ausland gehen wollen. Sehen Sie diese Tendenz auch bei unseren Verbandsmitgliedern?

Gordian Madsen: Ja, das Thema ist auf unseren Veranstaltungen immer wieder angesprochen worden. Es ist besorgniserregend, dass mittelständische Unternehmen – das Rückgrat der deutschen Wirtschaft – vor solchen Herausforderungen stehen. Einige Unternehmen fühlen sich durch die steigenden Betriebskosten, regulatorische Hürden oder den Mangel an qualifizierten Arbeitskräften in Deutschland dazu gezwungen. Andere sehen im Ausland bessere Wachstumschancen oder günstigere Produktionsbedingungen. Fakt ist: Die meisten wandern nicht freiwillig ab! Es ist wichtig, diese Tendenz zu erkennen und proaktiv Maßnahmen zu ergreifen, um den Mittelstand in Deutschland zu stärken und die Arbeitsplätze langfristig zu sichern.

Die aktuelle Situation in Deutschland – ein toxischer Mix vieler Faktoren!

Henning Fehrmann: Eindeutig ja! Ich halte die aktuelle Situation für die gefährlichste seit Gründung der Bundesrepublik Deutschland. Wir haben einen toxischen Mix aus Überregulierung, exorbitanten Energiekosten, den höchsten Steuersätzen, mangelnder Digitalisierung und veralteten Bildungssystemen plus eine Schieflage von zu vielen Leistungsempfängern und zu wenigen Leistungserbringern. Dieses alles ist Ergebnis schlechter Politik der Merkel-Ära. Die aktuelle Regierung ist auch nicht besser. Sie schaut dem Abstieg tatenlos zu oder befördert ihn noch, was auch der Juniorpartner FDP nicht aufhalten kann. Wir befinden uns im Wettbewerb der Nationen, und die politischen Parteien in Deutschland haben darauf keine Antwort. Diejenigen deutschen Unternehmen, die noch Spitze sind, werden von anderen Ländern mit attraktiveren Wettbewerbsbedingungen heiß umworben. Anstelle drastischer, aber sinnvoller Maßnahmen wie die Senkung von Steuern und Abgaben, die Digitalisierung der Verwaltung und die Senkung der Energiekosten (z.B. durch eine simple Steuerbefreiung) und dem Gewähren von Freiraum für die Kräfte, die das Land nach vorne bringen könnten, versucht die Regierung ihre schlechte Politik durch Milliardensubventionen und weitere Regulierung zu über-tünchen. Auch ein gesamtgesellschaftliches

Gordian Madsen – Regionalvorsitzender,
RK Metropolregion Hamburg

Henning Fehrmann – Regionalvorsitzender,
RK Metropolregion Hamburg

Soziales Bewusstsein von Generation zu Generation weitergeben

Umdenken ist erforderlich: Es muss wieder zur Tugend werden, durch harte Arbeit und Disziplin produktiver zu werden, um den wirtschaftlichen Anschluss wiederzufinden. Das Geld kommt schließlich nicht per Post. Alle haben ihren Beitrag zu leisten! Und die Politik muss diejenigen, die Leistung erbringen, besser behandeln, statt sie immer weiter zu schröpfen.

Wie stellen Sie Ihr Unternehmen auf, um es für Ihre Kinder und Kindeskin- der zu sichern?

Gordian Madsen: Ein Familienunternehmen über Generationen hinweg zu führen, erfordert mehr als nur finanziellen Erfolg: Es geht darum, eine nachhaltige Vision, Werte und Kultur zu schaffen, die von Generation zu Generation weitergegeben werden können. Und genau das versuche ich! Ich denke, es gibt vier Prinzipien, die man in diesem Zusammenhang berücksichtigen muss:

1. Der Fokus auf Bildung und Weiterbildung: Es ist wichtig, die junge Generation zu ermutigen, sich außerhalb des Unternehmens weiterzubilden und Erfahrungen in anderen Branchen und Kulturen zu sammeln. Dies bringt frische Perspektiven und Ideen in die Unternehmen.

2. Man sollte Strukturen und Prozesse implementieren, die eine reibungslose Übergabe des Unternehmens sicherstellen. Dazu gehört auch die frühzeitige Einbindung der nächsten Generation in Entscheidungsprozesse und die klare Definition von Rollen und Verantwortlichkeiten.

3. Kommunikation ist der Schlüssel. Es ist wichtig, regelmäßige Familientreffen durchzuführen, bei denen über die Vision, Werte und Ziele des Unternehmens gesprochen wird. Dies stellt sicher, dass alle Familienmitglieder auf dem gleichen Stand sind und gemeinsame Ziele verfolgen.

Schließlich glaube ich fest daran, dass Unternehmen nicht nur dazu da sind, Gewinne zu erzielen, sondern auch, um einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten. Dieses soziale Bewusstsein sollte man tief in die Unternehmenskultur verankern und von Generation zu Generation weitergeben.

Henning Fehrmann: Sicherlich und hoffentlich werden meine Kinder eines Tages unternehmerisch tätig werden und zu den Leistungserbringern zählen. Doch ob dies in Deutschland passiert, weiß ich nicht – und ich kann es ihnen aktuell nicht empfehlen. Dies zu sagen, erschreckt mich zutiefst! Doch seit geraumer Zeit haben viele Familien den Eindruck, dass Bundeskanzleramt und Wirtschaftsministerium Unternehmertum und soziale Marktwirtschaft nicht mehr brauchen, sondern sie ersetzen durch einen Sozialismus Light. In diesem Kontext möchte ich meinen Kindern nicht aufbürden, ein Unternehmen führen zu müssen.



Ihr Partnerhaus
für Alltags-
verbesserung

Das Sanitätshaus Rosenau wird auch in zweiter Generation innovativ geführt. Mit 80 Mitarbeitern hält das familiengeführte Unternehmen Schritt in einem sich schnell ändernden Markt. Damit sind nicht nur die Restriktionen der Krankenkassen gemeint, sondern auch technische Revolutionen, wie myoelektrisch gesteuerte Armprothesen, Reiserollstühle in light-version und der robuste Freizeitbegleiter:

Veloped Trek und Golf

Der leichte Aluminiumrahmen und die Dreiecksform machen ihn zum sicheren Wegbegleiter im Gelände. Wandergepäck /Einkäufe und Golfaccessoires sind in dem Dreieckskorb ablegebar. Und der Sitz für Pausen ist immer dabei!

- große Bereifung 12“ (31 cm) u. Dreiecksform für sicheres Gehen
- Kletterrad! Höhenversetzte Räder zum Übersteigen von Wurzeln, Steine, Bürgersteigen
- Für Stadt/Geschäfte/Markt sind Räder parallel festzustellen
- wetterfeste Nabenbremsen
- schiebbarer Sitz verschließt Dreiecksfläche
- durch die Luftbereifung gefedert
- leichter Faltmechanismus
- Gewicht: ohne Räder nur 7,7 kg, ges. 14 kg
- Belastbarkeit: 150kg
- Maße: L: 107cm, B: 76 cm
- Gefaltet: L: 111 cm, B: 42cm
- Geht als Gehhilfe mit ins Flugzeug



Das Kletterrad!

Diese einzigartige Technologie bietet mehrere Vorteile:

- das Überwinden von Bordsteinen, Steinen und Wurzeln,
- stoßdämpfende Federung für ihre Hände
- Dual-Mode-Handhabungskontrolle. D.h.: In Geschäften und Fußgängerzonen lassen sich beide Räder auf Straßenniveau zusammenschalten und der Wagen liegt ruhig auf der Straße.

Veloped Golf

Zusammengeklappt für Auto und Flieger



Zufriedene Kunden :

„Ich suchte nach einem Rollator, der Gefälle und weiche, lockere Grasflächen mit gelegentlichen Steinen bewältigen kann. Das Veloped erfüllt all diese Anforderungen. Mit seinen zuverlässigen Nabenbremsen und seiner robusten Bauweise fühle ich mich sicher und stabil, selbst wenn ich über steinige Bäche gehe. Ich empfehle das Veloped als Outdoor-Rollator für alle, die sich auf hügeligem Gelände bewegen.“

PROTHETISCHES
KOMPETENZZENTRUM:

22179 Hamburg
Haldedorfer Straße 58
Telefon: 040 4689939-0

SANITÄTSHÄUSER:

22049 Hamburg Wandsbek
Ostpreußenplatz 20
Telefon: 040 6933335

22119 Hamburg Horn
Manshardtstraße 113
Telefon: 040 6501739

Hotline: 040 4689939-0
info@san-rosenau.de
www.san-rosenau.de



DIE FAMILIEN
UNTERNEHMERDIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Familienunternehmer des Jahres 2023:

SUND Group

Von Gabriela Friedrich

📷 Marc Schultz-Coulon



Diesmal gab es mehr als einen Preisträger: Bei der Business-Gala am 10. Juli auf dem Panorama-Deck des Emporio Hamburg wurden gleich drei Mitglieder der Geschäftsführung der Sund Group sowie deren beiden Gründer Claus Seif und Wolfgang Dede mit dem begehrten Unternehmerpreis „Schalthebel der Wirtschaft“ ausgezeichnet.

Die Familienunternehmer und die Jungen Unternehmer in der Metropolregion Hamburg hatten zur Preisverleihung geladen, und rund 220 Gäste aus der norddeutschen und Hamburger Wirtschaft sowie aus Politik und Institutionen waren dieser Einladung gern gefolgt. So grau und trüb es tagsüber auch gewesen war, pünktlich zum Beginn des Events klarte es auf:

perfektes Sommerwetter, passend zu diesem freudvollen Abend auf dem Panoramadeck im Emporio-Tower, einer Location von Nord Event mit spektakulärer Rundumsicht über ganz Hamburg.

Nach dem Get Together, bei dem auch neue Verbandsmitglieder direkt in das entspannte Miteinander integriert wurden, begann die eigentliche Gala: Journalistin und NDR-Moderatorin Inka Schneider führte charmant durch das Programm. „Heute Abend wird der Preis „Familienunternehmer des Jahres“ zum 28. Mal verliehen“, erläuterte sie dem Publikum und fragte: „Gibt es jemanden unter Ihnen, der bei all diesen Veranstaltungen dabei war?“ Tatsächlich – es gab ihn: Wolfgang Friedrich, erst kürzlich für 50 Jahre Verbandsmitgliedschaft geehrt. Wir sind beeindruckt!

Mit der Eröffnungsrede von Henning Fehrmann, Regionalvorsitzender der Hamburger Familienunternehmer, wurde es politisch aufrüttelnd: Er richtete Appelle an den Hamburger Senat, sich der Wettbewerbsfähigkeit Hamburgs schneller und mit mehr Unter-



nehmergeist zu widmen. Da fand es sich gut, dass Hamburgs Wirtschaftssenatorin Dr. Melanie Leonhard anwesend war, um später eine Laudatio auf die Preisträger zu halten. „Wir brauchen mehr Unternehmergeist in allen Bereichen“, rief Fehrmann der Politikerin, den Medienvertretern und allen Gästen zu.

„Mehr Mut, mehr Freiräume zum Ausprobieren! Hamburg hat Menschen, die vorangehen wollen. Lassen wir sie doch machen!“

Und er erklärte, was die kreative und unternehmerische Entfaltung nach wie vor behindere: zu viel Bürokratie, Kontrollzwang, zu viel Mikro-Management und zu wenig Wagnis-Geld. Es sei höchste Zeit, dies zu ändern, wenn Hamburg im nationalen und internationalen Wettbewerb nicht hoffnungslos abgehängt werden solle.

Die Herausforderungen, mit denen sich die Familienunternehmer konfrontiert sehen, waren auch Thema der nachfolgenden Podiumsdiskussion: Sarna Röser, Christina Block und Christoph Wöhlke sprachen darüber,



dass Unternehmertum ein besseres Image benötige und politisches Engagement mittlerweile Pflicht für Unternehmerinnen und Unternehmer sein sollte, damit „nicht andere unsere Agenda bestimmen“. „Wir müssen alle mehr an einem Strang ziehen und uns engagieren für ideologiefreie Lösungen“, forderte Sarna Röser, Bundesvorsitzende von DIE JUNGEN UNTERNEHMER. In ihrem Spiegel-Bestseller „Ein Plädoyer für die Mehrheit: Innovation oder Ideologie“, der auf dem Event erhältlich war, trägt sie diese wichtige Botschaft in die breite Öffentlichkeit.

Dann endlich wurde es Zeit für den Familienunternehmer des Jahres: Dr. Wolfgang Mühlbauer, Preisträger des Jahres 2022, richtete eine Video-Grußbotschaft vom letztjährigen an den neuen Preisträger und berichtete von den zahlreichen positiven



Effekten, die seiner Erfahrung nach mit dem Titel verbunden seien. Und endlich wurde verraten, wer sich im Jahr 2023 die Auszeichnung „Familienunternehmer des Jahres“ hart arbeitet hat: die Sund Group! Sund stellt Einwegartikel für Abfallwirtschaft, Medizin, Technologie, Haushalt und weitere Anwendungsgebiete her.

Der Fokus liegt auf der Nutzung von Recyclingstoffen und der Entwicklung von innovativen Materialien.

Die Wurzeln des Unternehmens reichen fast 100 Jahre in die Vergangenheit, und vor dem Hintergrund hoher Investitionen in ein neues Logistikzentrum in Hamburg-Rahlstedt dürfte auch die Einschätzung seiner Zukunftsfähigkeit positiv sein.

Hamburgs Wirtschaftssenatorin Dr. Melanie Leonhard als Laudatorin sprach den Preisträgern ihre Glückwünsche aus: Sie gratulierte Karen Queitsch, Martin Klostermann und Sören Dede, die das Familienunternehmen gemeinsam leiten, herzlich zur Auszeichnung.



Anzeige

HAMBURGER VERSORGENSWERK
Betriebsrente für den Mittelstand

bAVpilot
Mitarbeiter digital verwalten

JETZT ARBEITGEBER-INFO ANFORDERN!

BENEFITS STATT GEHALTSSPIRALE
– was Mitarbeiter wirklich wollen

i Laut Stepstone Job-Studie 2020 möchte jeder zweite Mitarbeiter die betriebliche Altersvorsorge!

www.hhvw.de

Henning Fehrmann überreichte die Trophäe, den „Schalthebel der Wirtschaft“, und begründete die Entscheidung der Jury folgendermaßen: „Die Sund Group ist ein Beispiel für den Anspruch an Nachhaltigkeit und Innovationskraft in vielen Facetten. Auch stehen der gelungene Generationswechsel von der Gründergeneration in die nächste sowie die Ausrichtung des Unternehmens auch bei Einwegprodukten auf eine ökologisch nachhaltige und damit ökonomisch erfolgreiche Zukunft heraus.“

Queitsch, Dede und Klostermann sagten zu ihrer Auszeichnung: „Wir bedanken uns bei der Jury für den uns verliehenen Preis. Dabei sehen wir dies nicht als Aufnahme des Momentes, sondern als Auszeichnung der Gründer und der Entwicklung bis zum heutigen Tag. An unser Leitmotiv ‚Einweg. Weiter gedacht‘ wollen wir auch in Zukunft anschließen und das gern in und von unserem Heimatstandort Hamburg aus – mit unserem dynamischen Team und mit hoher Investitionsleistung in unsere Innovationen.“

Bei solch einer Preisverleihung verdient natürlich auch die Gründergeneration Applaus. So standen denn auch die Senioren Claus Seif und Wolfgang Dede mit auf der Bühne und freuten sich über die Auszeichnung.

Wie schon liebe Tradition, richtete Malte Wettern das Schlusswort an die Gäste und dankte allen, die den großartigen Abend



mit ihrem tatkräftigen Engagement oder ihrer finanziellen Unterstützung erst möglich gemacht hatten. Dabei wies er auf eine Besonderheit hin: Die Unternehmenssitze aller Sponsoren, d. h. von Marriott, Brödermann Jahn, Nord Event, Volksbank und Hugo Pfohe, konnte man vom Raum des Events aus sehen. Erstaunlich!

Den Rest des Abends verbrachten die Gäste feiernd, plaudernd, netzwerkend und das exzellente Buffet genießend. Und wie es sich für ein rundum gelungenes Event gehört, wurde es wieder spät ... sehr spät!



DIE JURY

Die Jury für die Vergabe unserer Auszeichnung „Familienunternehmer des Jahres in der Metropolregion Hamburg“:

- Clarissa Ahlers-Herzog | NDR Fernsehen
- Christina Block | Block Gruppe
- Henning Fehrmann | DIE FAMILIENUNTERNEHMER
- Dr. Nikolaus Förster | impulse
- Rita Herbers | Hamburger Volksbank
- Christoph M. Kadereit | DIE FAMILIENUNTERNEHMER
- Jörn Lauterbach | DIE WELT
- Gordian Madsen | DIE JUNGEN UNTERNEHMER
- Volker Tschirch | AGA
- Kim-Eva Wempe | Juwelier Gerhard D. Wempe
- Malte Wettern | DIE FAMILIENUNTERNEHMER

Unsere exklusiven Partner zur Stärkung des inhabergeführten Unternehmertums in der Metropolregion Hamburg:

- Brödermann Jahn Rechtsanwalts-gesellschaft
- Hamburger Volksbank
- Hugo Pfohe
- Hamburg Marriott Hotel
- Nord Event



Anzeige



Gestalten, statt (nur) verwalten.

Wir unterstützen Ihre Immobilieninvestitionen umfassend und mit unternehmerischer Weitsicht.



PROPERTY MANAGEMENT



ASSET- / INVESTMENT-MANAGEMENT



PROJEKT-STEUERUNG



PROJEKT-ENTWICKLUNG



**Gemeinsam feiern,
netzwerken und das
Unternehmertum stärken!**



Anzeige

DIGITALE TAXIWERBUNG



UZE-ADS.COM



Flexibel und konkurrenzlos günstig



Frei wählbarer Ausstrahlungsort



Eigenes Motiv hochladen!



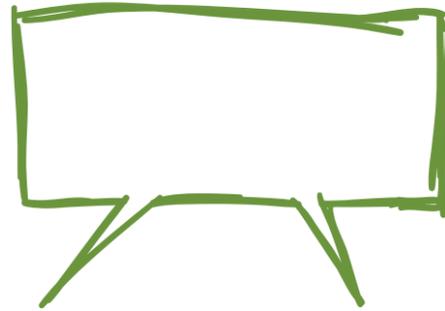
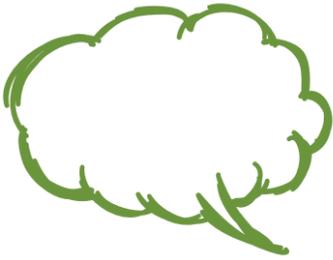
Flexible Kontingentbuchung aller Pakete



Full-HD Bildschirm, 16:4,5 Format, immer sichtbar



Eigenes Kundenkonto



Ein neuer Claim für Hamburg?

Wir fragen, die Parteien antworten

Die Familienunternehmer vermissen einen sichtbaren und zukunftsfähigen Claim für die Metropolregion Hamburg, wie wir ihn zuletzt prominent mit ‚Hamburg wachsende Stadt‘ hatten. Wir haben daher bei Wirtschaftspolitischen Sprechern der Hamburger Parteien nachgefragt: Wie lautet Ihre parteipolitische Perspektive hierauf, und wo findet sich hier die Hamburger Wirtschaft wieder?

CDU

Kehr wieder, Spitze! Zukunftsfreude, Leistungsbereitschaft, neue Ziele



Götz Wiese, wirtschaftspolitischer Sprecher der CDU-Fraktion in der Hamburgischen Bürgerschaft

„Kehr wieder, Spitze!“ Das wäre ein Claim für zukunftsorientierte Wirtschaftspolitik in und um Hamburg. Jeder hat die Kehrwiederspitze vor Augen, wo mit dem Hafen seit Langem das Herz der Stadt schlägt. Direkt daneben steht heute die Elbphilharmonie, das neue Wahrzeichen Hamburgs und Symbol für Zukunft, Leistung, Hochkultur. Am 3. Oktober werden wir dort den Tag der Deutschen Einheit begehen.

Die Einheit feiern – ja. Aber wir müssen uns dabei auch kritisch mit unserer aktuellen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lage befassen. Deutschland schwächelt. Hamburg schwächelt. In Sichtweite der Elphi – im Hafen, im größten Industriegebiet Deutschlands, in den Gewerbegebieten der Metropolregion – stehen die Zeichen an der Wand:

Wir müssen uns neu erfinden, um wieder an die Spitze zu kommen.

Wirtschaft findet zwar in der Wirtschaft statt, aber Politik muss dafür die richtigen Rahmenbedingungen setzen. Und die stimmen in vielen Bereichen nicht mehr. In Hafen, Handel, Industrie und vielen Bereichen des Mittelstands kämpfen Unternehmen und Beschäftigte nicht nur mit dem Strukturwandel, von Energiekosten über Digitalisierung bis zum Fachkräftemangel. Sie kämpfen auch mit der Selbstzufriedenheit im rot-grünen Senat und der Zerrissenheit in der Ampel.

Das ist kein Zerrbild der Opposition, sondern notwendige Zustandsbeschreibung. In weiten Teilen der Wirtschaft geht die Angst um. Betriebe wandern ab. Die USA nehmen mit dem Inflation Reduction Act Marktanteile, Deutschland gibt sich der Rezession hin.

Wie kommen wir wieder nach oben und geben die rote Wachstumslaterne ab?

In unserem frisch verabschiedeten Wirtschaftskonzept sagen wir als CDU, was Hamburg braucht: funktionierenden Wirtschaftsverkehr, ein digitales Wirtschaftsrahaus, eine „Gründerbude“ für Start-ups. Viele konkrete Ideen. Wir setzen dabei auf konstruktives Miteinander in der Metropolregion, von dem alle profitieren. Der Stadtstaat Hamburg kann nur mit seinen Nachbarn z.B. eine leistungsfähige

Verkehrsinfrastruktur schaffen. Und wir müssen international denken: Wir haben etwa mit der kommenden Fehmarnbeltquerung die Chance, verstärkt Unternehmen aus Skandinavien hier anzusiedeln und umgekehrt den Großraum Hamburg als Tor nach Nordeuropa zu profilieren. Hier ergeben sich auch neue Chancen für die Energiewirtschaft.

In diesem Sinne: „Kehr wieder, Spitze!“ Fordern wir uns neu heraus. Mit Zukunftsfreude, Mut und Leistungsbereitschaft. Ich bin sicher, die Hamburgerinnen und Hamburger sind dazu bereit.

FDP

Hamburg: Stadt der Chancen



Michael Kruse (39) ist FDP-Bundestagsabgeordneter aus Hamburg. Er ist energiepolitischer Sprecher der FDP-Bundestagsfraktion und Mitglied des Bundesvorstands der FDP.

Hamburg ist in meiner Zukunftsvision eine Stadt der Chancen: weltoffen, tolerant, wirtschaftstark und innovativ – so ist Hamburg seit Jahrhunderten. Hamburg hat eine lange Tradition, Menschen eine echte Chance zu geben: Hier kann man das Beste aus seinen Fähigkeiten machen. Der Freihafen oder die Hanse haben die wirtschaftliche Grundlage für viele erfolgreiche Unternehmer und Institutionen gelegt, die bis heute unsere Stadt prägen. An diese Historie gilt es, erneut anzuknüpfen. Viele Unternehmen in unserer Stadt bestehen seit Generationen und sind auch heute noch im Eigentum der Gründerfamilien. Der „ehrbare Kaufmann“ prägt das Bild der Stadt. Hinzu kommen viele Start-ups und Innovationszentren, die neue Im-

pulse geben. Diese Verbindung von traditionellem Unternehmertum und Start-ups ist genau der richtige Mix, der langfristig unseren Wohlstand sichert. Dahinter stehen fast immer Menschen, deren Herz an ihrem Unternehmen, ihren Mitarbeitern, ihren Produkten, ihren Werten hängt. Familienunternehmer denken über Generationen hinweg, und deswegen können sie gerade in Hamburg so viele Chancen realisieren. Damit wir den Wohlstand von morgen sichern, müssen innovative Unternehmer den Wandel der Stadt gestalten.

Es gilt, ständig zu hinterfragen, welche Zukunftschancen die Stadt hat, und wie die Stadt für ihre Bürger und Unternehmen attraktiv bleibt – und da gibt es einiges zu tun!

Der Hafen benötigt einen Innovationsschub. Seinen Bedeutungsverlust zu verwalten, wird seiner Wertigkeit nicht gerecht. Der Hafen muss neu ausgerichtet werden – auf Innovationen und Unternehmen mit Wertschöpfungstiefe. Durch eine Flächenstrategie, die um Ansiedlungen wirbt und dafür hochwertige Flächen vorhält. Die Energie der Zukunft muss in Hamburg gestaltet werden. Dazu zählen neue Energieträger wie Wasserstoff oder synthetische Kraftstoffe ebenso wie Batterieproduktion oder die Entwicklung von High-Tech-Komponenten wie Mikrochips und hochentwickelte Elektronik-Bauteile.

Die Infrastruktur ist eine große Baustelle. Statt im provinziellen Klein-Klein zu verharren und Pflanzkübel auf dem Jungfernstieg aufzustellen, braucht Hamburg einen infrastrukturellen Befreiungsschlag. Dazu gehören der Bau der Hafenuferpanne und die Erneuerung der Köhlbrandquerung. In der Wis-

senschaft muss der Fokus auf innovativer Spitzenforschung und der Ausbildung von Nachwuchskräften liegen.

Hamburg hat beste Chancen – aber der Senat regiert die Stadt unter Wert. Es fehlen Zukunfts-Impulse. Die Zuwanderung muss effektiv gesteuert und auf diejenigen ausgerichtet werden, die hier einen Beitrag für den Wohlstand leisten wollen. Die Inflation muss effektiv bekämpft werden – sie ist eine große Bedrohung, denn

sie vernichtet Wohlstand. Arbeiten muss sich wieder mehr lohnen, und diejenigen müssen mehr haben, die arbeiten. Eine Stadt der Chancen ist eine, in der das Erwirtschaften vor dem Verteilen steht. Eine Stadt der Chancen setzt auf die Kreativität, den Willen und das Potenzial der Einzelnen. Sie gibt Menschen Raum, ihr Leben selbst zu gestalten.

SPD Hamburgs Weg als 'Zukunftsstadt'



Hansjörg Schmidt, MdHB
Abgeordneter für den Wahlkreis I - Hamburg-Mitte
Wirtschaftspolitischer Sprecher der SPD-Fraktion
Vorsitzender der SPD Hamburg-Mitte

Hamburg steht vor großen Herausforderungen, aber auch vor immensen Chancen. Die SPD hat mit ihrem Regierungsprogramm eine klare Richtung vorgegeben, um die Hansestadt in die Zukunft zu führen. Das Leitbild im Regierungsprogramm für diese Legislaturperiode ist daher eine Vision von einer Stadt, die wächst, sich weiterentwickelt und dabei ihre Wurzeln nicht vergisst. Eine "Zukunftsstadt", in der Wirtschaft, Innovation und Nachhaltigkeit zusammenkommen und Hand in Hand gehen.

Eine Säule, auf der die Zukunftsstadt aufbaut, ist das Ziel der „Guten Arbeit“. Die auf Rekordniveau befindliche Zahl der sozialversicherungs-

pflichtigen Arbeitsplätze in Hamburg zeigt, wie stabil diese Säule in Hamburg ist. Eine nachhaltig positive Wirtschaftsentwicklung kann nur mit den Beschäftigten in den Unternehmen gelingen. Gerade vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels ist dies ein wichtiges Ziel.

Wir wollen Hamburg als führenden Innovations- und Gründerstandort positionieren. Es geht darum, die Stadt zu einem Hotspot für Start-ups und digitale Talente zu machen, die die Technologien von morgen entwickeln. Dabei spielt die Digitalisierung der Wirtschaft eine bedeutende Rolle. Die SPD versteht sie nicht nur als technologischen Fortschritt, sondern als Katalysator für Innovationen, mit denen wir den Wohlstand der Zukunft erwirtschaften wollen.

Doch die Vision der „Zukunftsstadt“ geht über die Technologie hinaus. Angesichts der globalen Klimakrise hat die SPD im Regierungsprogramm klare Ziele für eine nachhaltige Wirtschaft festgelegt. Ein herausragendes Beispiel ist das Ziel eines klimaneutralen Hafens bis 2040. Dies zeigt, dass Hamburg nicht nur wirtschaftlich wachsen, sondern auch ökologisch verantwortungsbewusst handeln will. Hierzu zählt auch der Umbau unseres Energiesystems. Deshalb wollen wir das Gelände des ehemaligen Kohlekraftwerks Moorburg zu einem Energy-Hub umbauen. Hier soll einer der weltweit größten Elektrolyseure zur Gewinn-

nung von grünem Wasserstoff entstehen. Bei diesen langfristigen Zielen darf aber kurzfristig nicht das Verlangen der Industrie nach wettbewerbsfähigen Strompreisen aus dem Auge verloren werden. Deshalb setzt sich Hamburg auch für einen günstigen Transformationsstrompreis ein.

Die Industrie, ein traditionelles Standbein Hamburgs, ist ebenfalls in diese zukunftsorientierte Vision integriert. Hamburg ist einer der größten Industriestandorte Deutschlands, und die Industrie ist Motor der Wirtschaft. Wir sehen sie als zentralen Akteur in der digitalen und klimaneutralen Transformation. Es geht darum, die Industrie fit für das 21. Jahrhundert zu machen.

Die SPD hat nicht nur eine Vision für Hamburg skizziert, sondern auch einen konkreten Plan vorgelegt. Es ist ein Plan, der Hamburgs Zukunftschancen nutzt und die Stadt in eine vorwärtsstrebende "Zukunftsstadt" verwandelt. Wir sind überzeugt, dass ein starker und zukunftsfähiger Claim für die Metropolregion Hamburg nicht nur ein Slogan sein sollte, sondern eine Verpflichtung, die Interessen und Bedürfnisse der Hamburger Wirtschaft in den Vordergrund zu stellen. Deshalb finden sich unsere Ziele auch im Koalitionsvertrag des Rot-Grünen-Senats wieder. Dabei trägt er in der Wirtschaftspolitik eine eindeutig rote Handschrift. Dies zeigt, dass die Belange der Wirtschaft im Zentrum unserer politischen Agenda stehen.

Anzeige





Frau Unternehmer

Jahrestreffen in Hamburg

📷 Anne Großmann Fotografie



Am 14. Juni 2023 fand das Jahrestreffen der Verbandsinitiative FRAU UNTERNEHMER von DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER in Hamburg statt. Im Dachgeschoss des Internationalen Maritimen Museum (IMM) trafen sich 60 Unternehmerinnen aus dem gesamten Bundesgebiet. Zunächst begrüßten die Initiatorinnen Sophia von Rundstedt und Claudia Sturm die Gäste in Namen des Verbandes. Das Tagesprogramm startete sodann mit dem inspirierenden Redebeitrag der Verlegerin Dr. Katarzyna (Kasia) Mol-Wolf. Sie hatte vor 14 Jahren die Zeitschrift „Emotion“ im Management-Buy-Out übernommen und dabei viel Mut und Gestaltungspotential bewiesen.

Bei Jessica Hoyer vom Kosmetikunternehmen BY-NACHT ging es vor allem um das Selbstverständnis als Unternehmerin und ihren Fokus vor dem Hintergrund, dass man auch hier „nicht alles zur gleichen Zeit haben kann“. Die Vereinbarkeit von Mutterschaft und Unternehmertum und die Bedeutung der Priorisierung bei diesen gleichermaßen bedeutsamen Aufgaben war ihr ein wichtiges Anliegen. Neue Ehrlichkeit sowie Führung mit Verbundenheit waren das Thema von Astrid Schulte von BERENDSOHN.

Die erfolgreiche Transformation eines traditionsreichen Unternehmens gelang ihr mit Empathie und Wertschätzung.

Außerdem berichtete sie über ihre Erfahrungen bei der Firma bellybutton. Diese hatte sie zuvor erfolgreich aufgebaut und zu einer Lifestylemarke für Mütter und Kinder entwickelt.

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

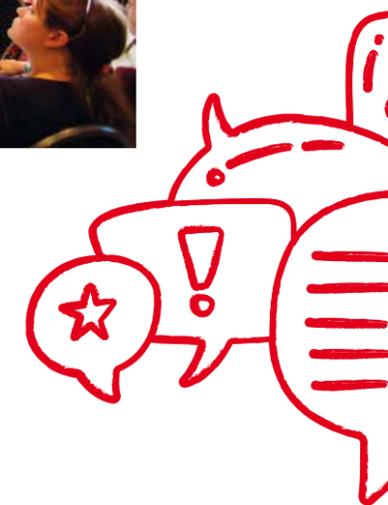


Moderiert wurde der Tag mit viel Engagement von der Journalistin Katrin-Cécile Ziegler. Nach den offenen und inspirierenden Redebeiträgen gab es – wie auch in den vergangenen Jahren – einen sehr ehrlichen und persönlichen Austausch.

Im Anschluss an das Tagesprogramm gingen die Teilnehmerinnen bei herrlichem Sonnenschein an Bord der Barkasse HUGO ABICHT zur Hafentour. Bei der klassischen Bootstour ging es von der Speicherstadt vorbei an der Elbphilharmonie zu den Landungsbrücken und den maritimen Sehenswürdigkeiten Hamburgs bis zu den großen Containerschiffen. Hier fand sich Zeit, die begonnenen Gespräche und Diskussionen fortzusetzen.

Anschließend begaben sich alle wieder ins Internationale Maritime Museum, diesmal an „Deck 2“. In wunderschöner maritimer Kulisse konnten die Teilnehmer ein köstliches Abendessen genießen und den Tag ausklingen lassen. Das Jahrestreffen von FRAU UNTERNEHMER war auch in diesem Jahr geprägt von wertschätzendem Austausch und hat gezeigt, wie viel Potential und Energie von den Unter-

nehmerinnen unseres Verbandes ausgeht. Gemeinsam Strategien zu entwickeln und Herausforderungen zu meistern, sind ein verbindendes Element beim jährlichen Zusammensein. Bei #3 TOGETHER wurden zudem wegweisende Erfahrungen ausgetauscht und neue Impulse weitergegeben. Es war für alle ein rundum gelungenes Treffen und Wiedersehen in Hamburg.



Anzeige

hypo 
hamburg.de[®]
Immobilien günstiger finanzieren

**Über 300 Banken
im Vergleich**



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

Unternehmer-Herausforderung „Gen Z“

Kein böser Wille, sondern Prägung – die Eigenheiten der Generation mit Geburtsjahr ab 1994

Von Gabriela Friedrich



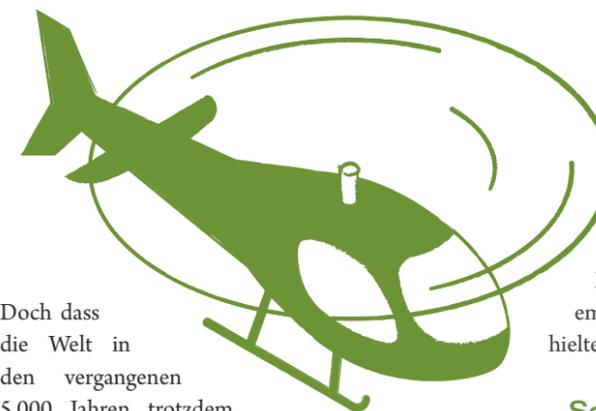
Immer mehr Unternehmer berichten, es hake und knirsche in der Zusammenarbeit mit Gen Z-Mitarbeitern: Sowohl die Arbeitgeber als auch die jungen Leute seien unzufrieden. Mentalcoach Gabriela Friedrich erklärt die Ursachen und eröffnet Veränderungsperspektiven.

„Er ist unzuverlässig und kniet sich nicht richtig rein, aber wenn ich ihn kritisiere, kündigt er vielleicht. Das kann ich wegen des Fachkräftemangels nicht riskieren“, klagt ein Verbandsmitglied über einen Mitarbeiter der Gen Z. Und wie sich in der Diskussion zeigt, steht er für viele Unternehmer, die tagtäglich so denken und fühlen. Während sie selbst engagiert für den Fort-

bestand ihrer Firma in schwierigen Zeiten kämpfen, scheinen viele der jungen Frauen und Männer, die für sie arbeiten, ganz andere Prioritäten zu haben. Warum ist dies so? Und wie lässt es sich ändern?

Machen wir uns nichts vor: Generationenkonflikte gab es immer! „Die Jugend achtet das Alter nicht mehr, zeigt bewusst ein ungepflegtes Aussehen, sinnt auf Umsturz, zeigt keine Lernbereitschaft und ist ablehnend gegen übernommene Werte“, stand schon vor rund 5.000 Jahren auf einer Tontafel der Sumerer.

Wenn Sie die Gen Z, ihre Arbeitseinstellung und ihre Werte als Bedrohung für das Unternehmertum und den Wirtschaftsstandort Deutschland empfinden, sind Sie also in bester Gesellschaft.



Doch dass die Welt in den vergangenen 5.000 Jahren trotzdem erfolgreiche Volkswirtschaften hervorbringen konnte, lässt hoffen. Einer der Gründe hierfür lautet Neuroplastizität! Neuroplastizität ist die Fähigkeit des Gehirns, sich ein ganzes Leben lang zu verändern, indem es – je nach prägendem Einfluss – neuronale Verbindungen auf- oder abbaut. Mit anderen Worten: Nicht nur Ihr eigenes Gehirn, sondern auch die Gehirne all Ihrer Mitarbeiter sind in der Lage, sich ausreichend zu verändern, um sich an neue Situationen oder Herausforderungen anzupassen. Je nach Ausgangslage gelingt dies leichter oder schwerer, doch hoffnungslose Fälle gibt es nicht. Erst mit dem Tod endet die Lern- und Veränderungsfähigkeit dieses Powertools zwischen unseren Ohren.

Was hat das Gen Z-Hirn geprägt?

Die meisten Studien, die sich mit Generationenunterschieden beschäftigen, beschränken sich auf gesellschaftliche bzw. gesellschaftspolitische Einflussfaktoren. In all meinen Coachings stelle ich allerdings fest, welche große Rolle die Prägungen im Elternhaus für Weltbild und Arbeitseinstellung spielen. Ein Kind aus einem Unternehmerhaushalt wächst zwangsläufig mit völlig anderen Werten auf als beispielsweise eines aus einem Beamtenhaushalt oder aus einem Umfeld, in dem der Bürgergeld-Bezug und das Ausnutzen sämtlicher Möglichkeiten staatlicher Alimentation als erstrebenswert vorgelebt werden. Daher empfehle ich, bereits im Einstellungsgespräch nach dem familiären Hintergrund zu fragen. Auch die Bedeutung der Kinder für die Eltern, der Erziehungsstil und die Freizeitaktivitäten haben das kindliche Gehirn nachhaltig gestaltet. Ich erlebe junge Erwachsene, die für ihre

Eltern nur Statussymbol waren und statt echter emotionaler Zuwendung Geld und Geschenke erhielten.

Solche, die als Mamis und Papis kostbarer Augenstern derart überbehütet wurden, dass sie sich niemals ausprobieren und Eigenverantwortung mit den dazugehörigen Konsequenzen ihrer Entscheidungen erleben konnten.

Junge Menschen, deren Eltern bemüht waren, die besten Freunde ihres Kindes zu sein und vom Kind immer liebgehabt zu werden, statt die Rolle des Erziehungsberechtigten auszufüllen, vernünftige Grenzen zu setzen und das Missfallen des Kindes auszuhalten. Die Folgen dieses elterlichen Versagens müssen nicht nur Sie als Unternehmer heute ausbaden, sondern auch die jungen Erwachsenen selbst. Schließlich wurden sie fehlgeprägt und ohne lebenswichtige Fähigkeiten ins Leben entlassen und werden diese Defizite früher oder später mit Coachings und Trainings ausgleichen müssen.

Allerdings kenne ich auch eine ganze Reihe beeindruckender junger Menschen, um die sich Arbeitgeber wegen ihrer Leistungsbereitschaft und ihres Verantwortungsbewusstseins reißen. Sie alle erhielten zu Hause viel Liebe, Freiräume zur persönlichen Entwicklung und die klare Lernbotschaft: „Wenn ich dir für dein Fehlverhalten Konsequenzen androhe, setze ich sie auch um. Und wenn du Bockmist baust, wirst du die Suppe auslöffeln müssen, die du dir eingebrockt hast.“ Das Resultat sind verantwortungsbewusste, offene Persönlichkeiten mit vielseitig ausgebildeten Hirnen, die es ihnen leicht machen, beruflich wie privat erfolgreich und zufrieden zu werden.

Arbeitskräftemangel im Handwerk liegt nicht nur an der Akademisierung!

Natürlich macht es auch einen riesengroßen Unterschied, wie die Freizeitgestaltung der Kinder im Elternhaus aussah: Wer früh daran gewöhnt wurde, Bücher zu lesen, hat dadurch ein ganz anderes Konzentrationsvermögen entwickelt als Kids, die ausschließlich mit der Lektüre kurzer Facebook-Posts aufge-

Die Autorin



Gabriela Friedrich ist seit 30 Jahren Kommunikationsberaterin mit Führungserfahrung und seit 29 Jahren Mentaltrainerin und Reflexionspartnerin für Unternehmer, Führungskräfte, Angestellte, Selbständige und Privatpersonen zu beruflichen und privaten Themen. Buchautorin, Verfasserin diverser Fachartikel und Mitbegründerin der Digit & Brain-Society. Sie hat gerade ihr fünftes Buch geschrieben, das sich mit Erfolgsfaktoren für Hochsensible beschäftigt.

Sie erreichen sie unter: www.gabriela-friedrich.de

wachsen sind. Und wo Kinder ans Basteln und an handwerkliche Tätigkeiten herangeführt wurden, haben sich nicht nur die entsprechenden Hirnareale und die motorischen Fähigkeiten ausbilden können, sondern vielleicht auch eine Offenheit für entsprechende Berufsbilder. Denn es ist nicht nur die imagemäßige Verklärung bestimmter Berufe, die für die Akademisierung verantwortlich ist: Auch die fehlende Heranführung im Elternhaus an alles Handwerkliche ist für den Mangel an Auszubildenden und Fachkräften in diesem Bereich mitverantwortlich. Wie sollen sich Jugendliche für etwas entscheiden, das sie gar nicht kennen? Inhaber von Handwerksbetrieben, die in die Schulen gehen und Jugendlichen die Möglichkeit bieten, sich in diesen unvertrauten Tätigkeiten spielerisch auszuprobieren, stellen aber häufig fest: Aus der praktischen Erfahrung erwächst bei vielen die Lust auf eine Ausbildung in einem Handwerksberuf.

Arbeitgeber sollten korrigieren, was soziale Medien im Hirn ange richtet haben.

Narzisstische Züge und die Sucht nach sofortiger Gratifikation können weitere Eigenschaften der Generation Z sein, die im Arbeitsalltag für Probleme sorgen. Entstanden sind sie u. a. durch das Leben mit dem Smartphone in den sozialen Medien, wo es mit Anerkennung z. B. in Form von Likes und häufig auch mit Geld belohnt wird, sich selbst und jeden Aspekt des eigenen Lebens öffentlich zu machen. Das Hirn wird also darauf trainiert, nach Anerkennung zu hungern und sich für wichtig zu halten. Ein Post, der Aufmerksamkeit und Lob von der Community bringt – schon schüttet das Hirn Glückshormone aus.

Gefördert werden diese Trends durch mediale Botschaften, wie unverzichtbar die Generation Z für den Arbeitsmarkt und wie groß der

Fachkräftemangel sei. Und neue Berufe wie Influencer oder TV-Star, die es zu ermöglichen scheinen, ohne Wissen und ohne Anstrengung erfolgreich und wohlhabend zu werden, machen es nicht besser – kein Wunder, wenn junge Menschen ihre Bedeutung im Arbeitsprozess völlig falsch einschätzen und unerfüllbare Ansprüche an positives Feedback, Geld und schnellen Aufstieg ohne viel Mühe stellen.

Sie als Arbeitgeber werden nicht umhin kommen, diese problematischen Konditionierungen im Gen Z-Gehirn mit systematischen Personalentwicklungsmaßnahmen zu beseitigen – insbesondere im Interesse der jungen Kollegen selbst, die erst dann ihr Potential werden entfalten können, wenn sie sich unverzichtbare Qualitäten wie ein angemessenes Rollenbild, Durchhaltevermögen, Kritikfähigkeit, Zuverlässigkeit und Freude an Leistung angeeignet haben.

Den Rest an Umkonditionierung dürfte die wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands selbst übernehmen. Härter werdende Zeiten bewirken unweigerlich ein Umdenken:

Auch wer heute noch meint, das größte Problem in seinem Leben seien ein fehlendes Gender-Sternchen und die Currywurst in der Betriebskantine, wird seine Einstellung ändern, wenn er mit realen Herausforderungen der Existenzsicherung konfrontiert wird.

Lernen passiert immer entweder freiwillig – oder wird vom Leben erzwungen.

Falls Sie Ihren jungen Kollegen helfen möchten, freiwillig und rechtzeitig zu lernen, dürfen Sie ihnen gerne diesen Beitrag zur Inspiration geben.



BUCHEN SIE IHREN GANZ EXKLUSIVEN WEIHNACHTSMARKT KEIN WARTEN, KEIN LANGES ANSTEHEN...

... dafür liebevoller Service und leckere Köstlichkeiten, nur für Sie und Ihre Gäste!

Lassen Sie sich exklusiv mit süßen und deftigen Speisen sowie weihnachtlichen Getränken in gemütlicher Atmosphäre auf unserer Hotelterrasse verwöhnen.



HAMBURG MARRIOTT HOTEL
ABC STRASSE 52, 20354 HAMBURG
+49 (0) 40 3505 1703 | HAMBURG-CATERING@MARRIOTT.COM


MARRIOTT
HAMBURG

Thomas Sell - Zeit zum Zuhören

Von Falk Röbbelen



„Wenn ihr mich jetzt hört, bin ich verstorben, und ihr seid sicher traurig. Aber mir ist in diesen vier Stunden, die ich mit Thomas über mein Leben gesprochen habe, bewusst geworden, wie schön dieses Leben war. Das auch deshalb, weil es euch gegeben hat, denn ihr habt mit mir gelacht und geweint, und ihr wart immer da. Dafür möchte ich euch danken! Jetzt möchte ich euch bitten, eure Augen zu schließen. Ich werde euch jetzt einen Witz erzählen, und in dem Moment, in dem ihr lacht, denkt ihr an eine Situation, in der wir gemeinsam gelacht haben, und diesen Moment nehmt ihr in eure Herzen auf!“

Eigentlich wünschte sich die 84-Jährige keine Aufnahme, die bei ihrer Beerdigung abgespielt werden sollte, aber ihre Kinder hielten es für eine wunderbare Idee. Thomas Sell ist bis heu-

te beeindruckt, wie diese Frau Trauerarbeit in Reinkultur geleistet hat: ihre Angehörigen aus der Trauer herauszuholen und ihnen zu sagen, dass das Leben – nicht der Tod – so schön war. Denn wer lacht, denkt nicht an den Tod! Auch aus diesem Grund hat Thomas aus einer Idee ein Unternehmen entwickelt – „mit Franchise-Möglichkeiten“ – wie er sagt. Thomas ermöglicht meist älteren Menschen, ihr Leben mit allen Facetten im Gespräch Revue passieren zu lassen. Das alles zeichnet er als Audiodatei auf. Diese Aufnahme stellt er seinen Kunden zur Verfügung, die sie entweder gleich an die eigene Familie weitergeben oder manchmal erst nach dem eigenen Tod freigeben, um Angehörige damit zu überraschen. Zusätzlich kann eine zweite kurze Aufnahme für die Beerdigung eingesprochen werden. Diese Erinnerungsaufnahme als Geschäfts-

idee ist nach Thomas' Recherchen einmalig in Europa. Dabei entstand die Idee eigentlich schon 2006, als seine Mutter aufgrund ihrer Krebsdiagnose mit ihm über ihren Tod und die Beerdigung sprechen wollte. Beiden hat das sehr gutgetan. „Schwierig ist der Angang“, erzählt Thomas.

Dann erlebte er – und das ist bis heute in seinen Gesprächen so –, dass der Austausch für beide Beteiligten befreiend war.

Damals haben sie über die Vorstellungen der Mutter vom Begräbnis und über ihr ganzes Leben gesprochen und dieses Gespräch für Vater und Bruder aufgenommen. Es sind die kleinen Dinge, die ihm in dieser Aufnahme ans Herz gewachsen sind. Bis heute backt er Mamas Apfelkuchen und hat dabei ihre Stimme im Ohr. Dafür ist er wahnsinnig dankbar, denn Bilder haben wir im Kopf, aber eine Stimme, findet Thomas, ist das Erste, was weg ist. Mit der Aufnahme der Geschichte seines Vaters habe er zu lange gewartet – plötzlich war er tot. Dies Zögern bedauert Thomas bis heute – was ihn angetrieben hat, sein Unternehmen zu gründen. Es beginnt mit einem Vorgespräch: „Wie ist der Ablauf? Gibt es Punkte, die man nicht ansprechen will?“ Vorher gilt es, Anekdoten, Rezepte oder Gedichte herauszusuchen. Das Hauptgespräch ist anstrengend – für beide Seiten, denn das gesamte Leben zu beleuch-

ten, kostet Kraft! „Wo kommen deine Eltern her? Was weißt du über deine Geburt? Wann hattest du Schmetterlinge im Bauch?“ Die Kunden erzählen ihr Leben, wie sie es gerne erzählt haben möchten. Thomas löscht später nur, was der Erzählende doch nicht berichten möchte.

Thomas schwärmt, wenn er von seinen Gesprächen erzählt: Da gäbe es große Phasen der Erkenntnis: „Je älter du bist, umso stärker wird dein Handeln durch Erfahrung geprägt. Dadurch erkennst du Zusammenhänge besser, wenn du Erlebnisse hervorholst. Das Bild passt plötzlich – wie ein Puzzle.“ Von einer Palliativärztin weiß Thomas, dass es den Menschen durch die Gespräche besser geht, denn statt über das Jetzt und den Tod dürfen sie über das Leben sprechen – auch über Themen, über die sie noch nie mit Menschen gesprochen haben. Erschreckend, wie viele Menschen über ihre tragischen Momente – teilweise erstmalig – erzählen und dadurch Erleichterung erleben. So berichtete eine Dame, die erstmals seit ihrer Kindheit über ein solches Geschehen erzählt hatte, er habe ihr ein neues Leben geschenkt. 400 Euro kostet diese Revue des Lebens, die auch in Berlin und Münster gebucht werden kann – hoffentlich bald bundesweit. Der Kunde erhält nach Wunsch zwei MP3-Files zum einfachen Herunterladen: die Lebens-Revue und eine kurze Ansprache für die eigene Beerdigung.

www.zuhoreen.hamburg

KLEIN & FEIN

Anzeige

Da ist im Vergleich mehr drin für besseren Rostschutz und weniger Umweltbelastung



Festkörperreicher Dickschichtlack aus der Spraydose

- Keine zusätzliche CO₂-Belastung, trotz bequemer Verarbeitung aus der Spraydose
- Vollwertiger Original-Korrosionsschutz bei gleichzeitig guter Öko-Bilanz

Diese Korrosionsschutzlacke enthalten Original-Brantho-Korrux ohne zugesetzte Lösemittel und **Bio-Druckgas**. Das Druckgas für diese Dosen wird bei der Zersetzung organischer Biomasse gewonnen. Es ist daher weitgehend **CO₂-neutral**.



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

www.rostschutzfarbe.de

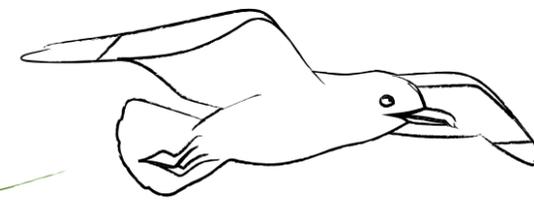


Beschaffungsmanagement clever optimiert

Von Nathalie Rieck



Alexander Samoylov ist seit 2004 geschäftsführender Gesellschafter der SME GmbH. Zusammen mit seiner Frau Angelika Nastro-Samoylov hat er die Firma nach der Übernahme neu definiert und zum erfolgreichen Partner der finnischen Industrie – ob Großkonzerne oder Mittelstand – gemacht. In den letzten 20 Jahren ist es der Geschäftsführung und dem Team gelungen, eine mehr als 50-fache Umsatzsteigerung zu erreichen und die Firma damit sicher auf die künftige Übergabe an die zweite Generation vorzubereiten.



01 Welches Thema beschäftigt Sie als Unternehmer derzeit am meisten?

Am Wichtigsten ist für uns der Ausbau unseres Teams, denn ohne stärkere Personaldecke können wir nicht wachsen. Die Lage am Kieler Personalmarkt ist schwierig und die Mitarbeitersuche langwierig. Um die Effizienz mit unserer bestehenden Mannschaft zu steigern, haben wir alles getan: Digitalisierung, Prozessoptimierung und zusätzliche Motivationsmaßnahmen. Jeder hier gibt 120% Einsatz, doch als Dauerlösung ist so viel Stress kaum tragbar. Daher haben wir uns entschlossen, neue Wege auszuprobieren und starten jetzt eine professionell angelegte Recruiting-Kampagne, die über Social Media geeignete Kandidaten direkt erreichen soll.

02 Betriebsklima und flexible Arbeitsmodelle gewinnen im Zuge des Fachkräftemangels an Bedeutung. Wie gelingt Ihnen das Wohlbefinden Ihres Teams?

Unsere Mitarbeiter sind das größte, wichtigste Kapital. Aufgabe der Geschäftsleitung ist es, jedem Teammitglied ein klares Gefühl zu vermitteln, dass seine Arbeit wichtig und für den Erfolg der Firma entscheidend ist: Jede Idee wird gehört, jede Meinung respektiert, jeder genießt volles Vertrauen der Geschäftsführung, jeder bekommt so viel Freiraum, wie benötigt. Zusätzlich werden die Mitarbeiter durch eine flexible Home Office-Regelung, klare Arbeitszeitkontoführung und Versorgungskonzepte mit betrieblicher Altersversorgung und Gesundheitsversorgung auf dem Niveau der Privatversicherungen unterstützt. Auch gemeinsame Feiern sind für die Stimmung im Team wichtig: Sommer- und Weihnachtsevent, Grillfeste oder der gemeinsame Ausflug nach Finnland, um das Firmenjubiläum mit Kunden zu feiern.

03 Was könnten Bund und Land tun, um uns Familienunternehmer – das Rückgrat der Wirtschaft – weiter zu unterstützen?

Die Politik darf nicht vergessen, dass alles, was

für Programme/Projekte ausgegeben werden soll, zuerst verdient werden muss. Dies geschieht im Wesentlichen in mittelständischen (Familien-)Unternehmen. Es ist wichtig, dass die Politik den Wirtschaftsstandort Deutschland für den Mittelstand im internationalen Vergleich stärkt: Personalbindende bürokratische Anforderungen müssen absolut minimiert und der Wert der Arbeit gestärkt und geschätzt werden – gerade wegen steigender sozialer Leistungen. Gleichzeitig müssen Arbeitswillige einen leichteren Zugang zum Arbeitsmarkt erhalten – unabhängig von deren Herkunftsländern. Die verunsichernde Diskussion über die Veränderung der Erbschaftsteuer muss aufhören, sie ist schlecht für die langfristige Firmenplanung.

04 Die neue Landesregierung ist gut ein Jahr im Amt. Was ist Ihr größter Wunsch für diese Legislaturperiode?

Ich wünsche mir, dass sich die Landesregierung vermehrt Themen widmet, die für die starke wirtschaftliche Entwicklung unabdingbar sind: Schleswig-Holstein soll ein attraktiver Wirtschaftsstandort werden – wir müssen mit den bestmöglichen Bedingungen für Unternehmen werben. Neue Gewerbegebiete müssen entstehen und Infrastruktur ausgebaut werden, potentielle Arbeitnehmer sollen Anreize finden, in den Norden zu ziehen. In Sachen Bildung und Ausbildung müssen wir bundesweite Standards setzen, um potentielle neue Fachkräfte für den wachsenden Markt zu akquirieren.

05 Was schätzen Sie am Norden und seinen Menschen?

Sie sind wie das Wetter: rau aber ehrlich, ohne Schnörkel und viele Zwischentöne. Hier hält man, was man verspricht, und ein Wort ist so verlässlich wie ein Vertrag. Das schwere Leben am und vom Meer hat den Menschen über Generationen beigebracht, mehr auf den Zusammenhalt zu bauen: Nur gemeinsam wird man im Sturm das Schiff retten und den schützenden Hafen erreichen.

Unternehmen:
Scandinavian Marketing
Electronic Consultants
GmbH – SME GmbH

Schwerpunkt:
SME GmbH ist ein
verlässlicher Partner der
Industriefirmen in Nord-
europa in allen Fragen
der Beschaffung. Das
Unternehmen ermöglicht
Kunden beträchtliche Kos-
teneinsparungen durch
Einkaufsoptimierung,
Organisation der Logistik
sowie Fertigungs- und
Montageoutsourcing.

Gründungsjahr:
1998

Sitz:
Schönkirchen

www.smegroup.eu

Generationen: Dynastische Linien des Kunstbetriebs

und das freie Radikal BEUYS

Von René S. Spiegelberger

Joseph Beuys begann sein Studium an der Kunstakademie Düsseldorf bereits im Jahr 1947. Er studierte dort bei dem Bildhauer und Maler Ewald Mataré. Seine Kommilitonen waren unter anderem der spätere Literaturnobelpreisträger Günther Grass, der auch für sein herausragendes grafisches Werk bekannt ist, sowie der renommierte Maler Herbert Zangs. Beuys' Zeit an der Kunstakademie hatte einen erheblichen Einfluss auf seine künstlerische Entwicklung und legte den Grundstein für seine spätere Arbeit als einer der bedeutendsten Künstler des 20. Jahrhunderts.

Bereits 1961 erhielt der Meister des Fettes und Filzes seine Berufung als Professor und leitete fortan den Lehrstuhl für Monumentale Bildhauerei der Staatlichen Kunstakademie Düsseldorf. Zu dieser Zeit war das sogenannte Mappenverfahren dort die traditionelle Methode zur Auswahl der Kunststudenten. Dabei mussten die Bewerber ihre künstlerischen Arbeiten einreichen, die dann von einer Jury bewertet wurden. Beuys hatte jedoch eine alternative Vision von Kunst und Bildung:

Er wollte die herkömmlichen Vorstellungen von Kunst erweitern und als eine Form von gesellschaftlicher Veränderung und Integration betrachten.

In diesem Kontext führte er das Konzept seiner Sozialen Plastik ein, das darauf abzielte, Kunst und Leben zu verschmelzen.

Um diese Ideen umzusetzen und das Mappenverfahren zu überwinden, rief Beuys 1971 die Aktion Demonstration vor der Kunstakademie ins Leben. Er stellte das traditionelle System offen in Frage und ersetzte es durch experimentelle Ansätze, die den Fokus auf die Entwicklung der Persönlichkeit und die Beteiligung der Studenten legten. Die Aktion und die Ideen von Joseph Beuys führten zu erheblichen Kontroversen an der Akademie. Seine Vorstellungen stießen auf massiven Widerstand von Teilen der traditionellen Kunstszene, des Lehrkörpers und der Politik. Dennoch inspirierte Beuys viele Studenten, und seine Ideen veränderten die Kunstwelt.

Faktisch ermöglicht wurde ihm dies durch die Besonderheit, dass außerhalb des regulären Mappenverfahrens jeder Professor die Möglichkeit hatte, in eigenem



Ermessen Meisterschüler anzunehmen. Die gelebte Praxis war, dass dies als besondere Auszeichnung verstanden wurde und dieses Privileg somit nur sehr wenigen ausgewählten Studenten zuteil wurde. Somit war die Anzahl auch nicht limitiert. Mitte Juli 1971 wurden 142 von 232 Bewerbern für ein Studium im normalen Zulassungsverfahren abgelehnt. Alle abgewiesenen Studenten waren daraufhin von Beuys in seine Klasse aufgenommen worden. Im folgenden Semester waren bereits 400 Studenten in seiner Klasse. Nachdem das Wissenschaftsministerium das Procedere untersagte und den Studenten die formelle Aufnahme verweigerte, besetzte Beuys mit einigen von ihnen das Akademiesekretariat. In einem Gespräch mit dem Wissenschaftsminister Johannes Rau erreichte er, dass die Kunstakademie diese Bewerber mit der Empfehlung des Ministeriums aufnahm. Als Beuys dieses Procedere im Folgejahr wiederholte, entließ ihn Minister Rau fristlos. Durch ein Spalier von Polizisten musste Beuys zusammen mit seinen Studenten die Akademie verlassen.

Ein hierbei entstandenes Pressefoto überschreibt er mit „Demokratie ist lustig“. Es sollte eines seiner berühmtesten Multiples werden.

In den nachfolgenden Tagen reagierten die Studenten der Akademie mit Hungerstreiks, Vorlesungsboykott und Unterschriftenaktionen. Zahlreiche Protestbriefe und Telegramme aus aller Welt erreichten das Wissenschaftsministerium. Die Resonanz in Rundfunk, Fernsehen und Presse war immens. In einem offenen Brief forderten hunderte Künstlerkollegen, unter ihnen die Schriftsteller Heinrich Böll, Peter Handke oder Martin Walser sowie die international renommierten Künstler Jim Dine, David Hockney, Gerhard Richter und Günther Uecker, die Wiedereinsetzung eines der bedeutendsten Künstler der Nachkriegszeit. Beuys war zu dieser Zeit bereits ein weltweit gefeierter Star. Am 20. Oktober 1973, ein Jahr nach seiner Entlassung, überquerte Beuys in einem von einem Meisterschüler gebauten Einbaum den Rhein vom Ufer des Stadtteils Oberkassel zum gegenüberliegenden Ufer, wo sich die Kunstakademie befindet. Diese als Heimholung des Joseph Beuys bekanntgewordene Aktion gilt als spektakulärer symbolischer Schlussakt und erregte abermals großes öffentliches Interesse. Im Wintersemester 1974 erhielt Beuys dann eine Gastprofessur



an der Hochschule für bildende Künste in Hamburg. In einem Jahre später folgenden Prozess unterliegt das Land Nordrhein-Westfalen und muss ihm seinen Professorentitel sowie die Nutzungsrechte des legendären Raums 20 in der Akademie zugestehen. Als Ministerpräsident wird Johannes Rau 1990 das Beuys Museum, die Stiftung Schloss Moyland eröffnen.

Parallel zu Beuys' Lehrer Mataré lehrte ab 1958 Karl Otto Götz, einer der Hauptvertreter des deutschen Informel, also einer Strömung des abstrakten Expressionismus, an der Akademie. Seine Schüler waren unter anderen Sigmar Polke, Gerhard Richter oder Franz Erhard Walther. Diese zweite Generation der Maler und Bildhauer nach dem zweiten Weltkrieg an der Düsseldorfer Akademie war also direkt mit den Folgen dieser Bildungsrevolution konfrontiert und davon beeinflusst. Darüber, ob dies den Grundstein für ihren Erfolg als Lehrer legte, kann nur spekuliert werden. Fakt ist, dass sie alle bald auf dem Weg zu ihren Weltkarrieren Professuren übernehmen werden – die meisten davon an ihrer Alma Mater.



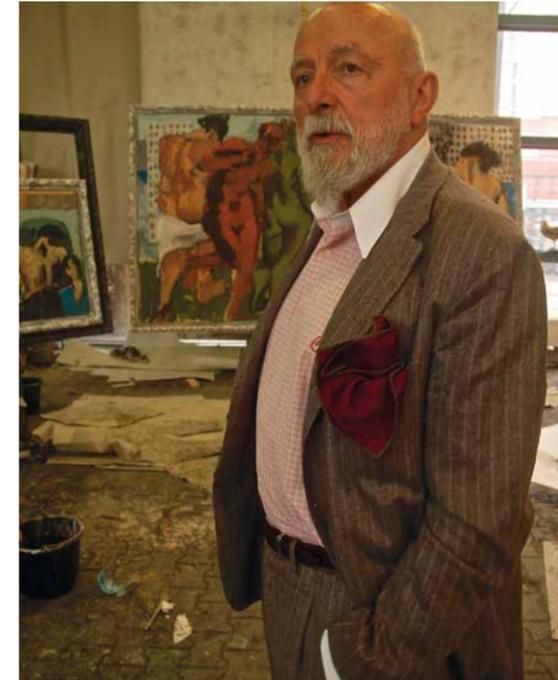


In diesen aufregenden frühen 70er Jahren besuchen unter anderem die heute weltweit renommierten Künstler Katharina Sieverding, Jörg Immendorff, Imi Knoebel, oder Anselm Kiefer die Klasse Beuys. Bei Gerhard Richter sind es Thomas Schütte und Karin Kneffel, bei Sigmar Polke Albert Oehlen und bei Franz Erhard Walther in Hamburg Jonathan Meese, Martin Kippenberger oder Rebecca Horn.

Sie tragen dazu bei, dass Deutschland Weltmeister in der zeitgenössischen Kunst wird.

Über Dekaden stellt das Land der Dichter und Denker vor den USA und Großbritannien auch die meisten bildenden Künstler der Weltrangliste, dem Ranking des Capital Kunstkompass. Akademische Enkel, Groß- und Ururenkel von Mataré und Götz gestalten den deutschen Pavillon auf der Biennale in Venedig, werden von den wichtigsten Galerien vertreten, sind auf nahezu allen documenten präsent, gewinnen die höchsten internationalen Kunstauszeichnungen, erzielen Auktionsrekorde bei Sotheby's und Christies und werden mit Soloausstellungen im Guggenheim oder MoMa geehrt.

Auf die Entwicklung des glorreichen Rufs der rheinländischen Akademie zahlen zudem zwei weitere Phänomene maßgeblich ein: die bemerkenswerte Studentenschar von Bernd und Hilla – bekannt unter dem Namen ‚Becher-Klasse‘. Ihre Schülerschaft dominiert heute mit Namen wie Andreas Gursky, Thomas Struth, Candida Höfer, Thomas Ruff oder Elger Esser den Diskurs in der Gegenwartsfotografie. Zehn Jahre nach Bernd Becher wurde ferner der polarisierende Malerfürst Markus Lüpertz zum Professor ernannt und zwei Jahre später Rektor der Hochschule. In den zwei Dekaden als Kopf dieser Institution prägte er sie vor allem durch geschickte Verpflichtungen von Weltstars der Kunstszene als Professoren an seiner Akademie. Zu ihnen zählen A.R. Penck, Peter Doig, Rosemarie Trockel sowie sein Nachfolger, der Turner-Preisträger Tony Cragg.



Markus Lüpertz – prägend für die Kunstszene

Bei Katharina Grosse, Leiko Ikemura, Jorinde Voigt, Anselm Reyle und Daniel Richter verschieben sich zwischenzeitlich die akademischen Generationen, aber auch sie bilden keinesfalls einen Schlusspunkt – denn auch ihre Namen sind bereits in die Ruhmeshalle der Gegenwartskunst eingeschrieben, und sie lehren an wichtigen Hochschulen. Wer die Stars von morgen sucht, darf beim Blick in ihre Meisterklassen mit guten Chancen rechnen!

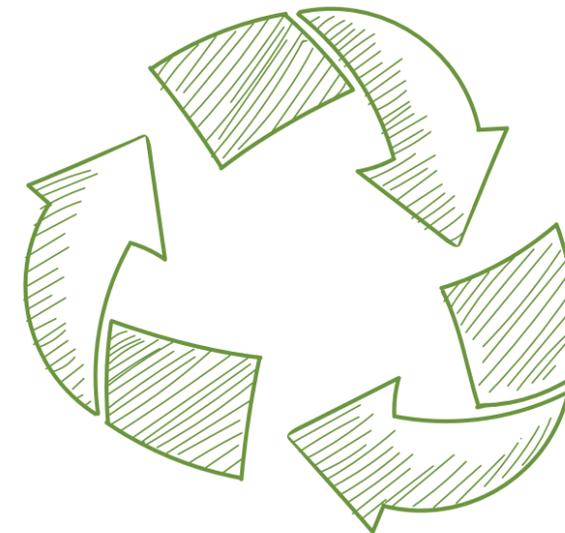
Anzeige

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



Nachhaltig mit Strategie

Zu Besuch bei der SUND Group,
Gewinner des „Schalthebels der Wirtschaft“

Von David Friedemann

Die Sonne strahlt über dem neuen Firmensitz der SUND Group. Der HAMBURGER UNTERNEHMER spricht mit Martin Klostermann, Sören Dede und Karen Queitsch, den Geschäftsführenden Gesellschaftern der SUND Group – Preisträger der Auszeichnung „Unternehmer des Jahres 2023“.

Die SUND Group, die vorwiegend Müllbeutel und Haushaltshelfer aus Recyclingmaterial herstellt und diese unter den Marken Deiss, Fipp und Bingold vertreibt, hat in diesem Jahr die Weichen für die kommenden Generationen gestellt. Die Wurzeln des Unternehmens liegen bereits in den 1930er-Jahren mit der EMIL DEISS KG (GmbH + Co.) in Hamburg. Seit jeher steht wirtschaftliche, soziale und ökologische Verantwortung im

Zentrum des unternehmerischen Handelns. Die SUND Group begann als Marktführer in der Kreislaufwirtschaft – noch bevor der Begriff etabliert war – mit Jutesäcken und machte bereits damals einen wichtigen Schritt hin zum nachhaltigen Wirtschaften. Heute forscht das Unternehmen intensiv an neuen Verarbeitungsmethoden und Materialien, um die Balance zwischen den Bedürfnissen seiner Kunden und seiner Vision einer umweltfreundlichen Zukunft zu finden.

Durch die Nutzung von Recyclingmaterialien für ihre Produkte strebt die SUND Group nach einer zirkulären Kunststoffwirtschaft. Dabei setzen sie nicht nur auf Recyclingkunststoff, sondern auch auf nachwachsende Ressourcen wie Naturkautschuk und Papier, die für Einweghandschuhe und -tüten verwendet werden.

Mit einem beeindruckenden Erbe im Rücken entwickelt die SUND Group kontinuierlich neue Verarbeitungsmethoden und Produkte, um maßgeschneiderte Kundenwünsche durch nachhaltige Lösungen zu erfüllen.

Die langjährige Erfahrung und fachliche Expertise der Unternehmen innerhalb der SUND Group sind der Motor für Innovationen, die sowohl den Kundenanforderungen als auch den Anforderungen einer nachhaltigen Zukunft gerecht werden.

In diesem Jahr hat die SUND Group einen neuen Standort in Hamburg-Rahlstedt bezogen. Der alte Standort habe zwar seine Dienste geleistet, doch der Bedarf an Wachstum und Modernisierung habe letztlich den Ausschlag für den Umzug gegeben, erfahren wir. Doch bis der Umzug endlich möglich war, ging Zeit ins Land – viel Zeit! Die Planungen und bürokratischen Hürden haben den Zeiträumen für den Umzug auf fast ein Jahrzehnt ausgedehnt. Sören Dede und Martin Klostermann erzählen von den Herausforderungen bei der Errichtung des neuen Standorts:



Das Gewerbegebiet, in dem der neue Standort liegt, wurde neu erschlossen – ein langwieriger Prozess, der von Klostermann als „wahrhaftige Herausforderung“ beschrieben wird. Dabei ist es einer glücklichen Fügung zu verdanken, den Standort überhaupt gefunden zu haben: Vor Jahren lernte Martin Klostermann im Urlaub einen Entwickler für Gewerbegebiete kennen, der ihn auf die Möglichkeiten in Rahlstedt aufmerksam machte und das dann beginnende Projekt begleitete. Dieser Entwickler plus der große Wunsch, mit SUND einen neuen Standort zu beziehen, trugen das Vorhaben durch die schwierigen Planungen bis zur Fertigstellung. „Das hat aber seinen Preis“, fügt Sören Dede hinzu. „Die Investition war mit Abstand die größte der Firmengeschichte. Allein die Baugenehmigung schlug aufgrund der langen Prozesse und Planungen mit einem fast siebenstelligen Betrag zu Buche. Kosten, welche uns nicht nur überrascht, sondern auch etwas nachdenklich gemacht haben, da die Ansiedlung auch für das gesamte Umfeld und die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt sehr viele Vorteile mit sich bringt.“



Unternehmen:
SUND Group

Zu der Unternehmensgruppe gehören die Firmen DEISS, Qualitätshersteller bei Abfallsäcken und Müllbeuteln, FIPP, führend bei Haushalts-helfern für den Handel, BINGOLD, Hersteller von Ein- und Mehrweghand-schuhen aus Latex, Nitril und Vinyl sowie SUND Digital, Experte für Marke-ting auf Amazon.

Gründung:
1931

Sitz:
Hamburg

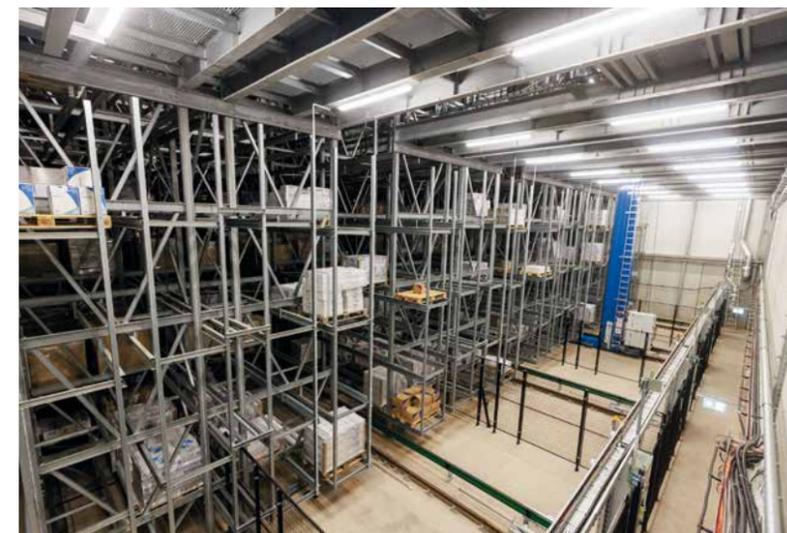
Mitarbeiter:
150

www.sund-group.com



Neben einem modernen Verwaltungsgebäude wurde ein Kommissionierlager mit integriertem Hochregallager geschaffen. Als das Hochregallager aus baurechtlichen Gründen nur bis zu einer Höhe von 20 Metern genehmigt wurde, entschloss man sich kurzerhand, es noch drei Meter tiefer in den Boden zu bauen, um eine wirtschaftliche Gesamthöhe von 23 Metern zu erzielen.

Jetzt steht das Großprojekt, und die Beharrlichkeit hat sich gelohnt: Der neue Sitz der SUND Group strahlt aus jedem Winkel: Vom Eingangsbereich angefangen, welcher eine eindrucksvolle Kombination aus aktuellen Themen und historischen Momenten auf einer Bildschirmwand präsentiert, ist der neugestaltete Firmensitz bis ins kleinste Detail nicht nur ein Ort des Fortschritts, sondern auch ein Musterbeispiel für nachhaltige Inneneinrichtung. Bei der Auswahl der Einrichtungsgegenstände wurde darauf geachtet, umweltfreundliche Alternativen zu finden: Von Stühlen aus Hanffasern über Möbel aus Recyclingmaterialien bis hin zu Teppichen aus ausgedienten PVC-Böden spiegelt jeder Aspekt des Interieurs das Bestreben der SUND Group wider, ein grünes Ambiente zu schaffen, das mit ihrer Vision einer nachhaltigen Zukunft harmoniert. Auch der Außenbereich, begonnen mit der Dachbe-



grünung bis hin zum eigenen Bienenstock mit aktuell in etwa 100.000 Bienen, schließt den Kreis zum nachhaltigen Handeln.

„Wir sind nach wie vor mit der Standortwahl sehr zufrieden“,

schließt Karen Queitsch an. „Doch unser Wunschzettel, um den Standort für neue Mitarbeiter noch attraktiver zu gestalten, ist lang. Da sich das Gewerbegebiet noch in einer frühen Phase der Ansiedlung befindet, wurde der Anschluss an den öffentlichen Nahverkehr noch nicht vollzogen. Für den HVV ist die Lage nach internen Aussagen noch nicht wirtschaftlich genug. Die direkt vor dem Eingang errichtete Bushaltestelle wartet darauf, endlich den Betrieb aufzunehmen – das ist für uns natürlich essenziell. Wir brauchen dringend eine gute Anbindung, um uns als Arbeitgeber noch stärker aufstellen zu können und möchten natürlich, dass alle die Möglichkeit haben, auch ohne Auto zur Arbeit zu kommen. Wir haben alle Anforderungen an das Projekt erfüllt und warten nun händeringend darauf, dass seitens der Stadt auch die restlichen Schritte zur vollen Integration angegangen werden.“



Neue Mitarbeiter zu finden, ist nicht nur für die SUND Group eine große Herausforderung. „Einige Rahmenbedingungen haben wir leider nicht in der Hand“, so Queitsch. Ein vielversprechender Mitarbeiter aus Venezuela ist nach seinem Werkstudium und der Promotion im Unternehmen gegangen. Er hat sich seine berufliche Zukunft im nahen Ausland gesucht, da ihm die bürokratischen Hürden in Deutschland zu hoch waren.

Die SUND Group beschäftigt mehr als 150 Mitarbeiter. „Die Zeit der Hidden Champions ist vorbei“, führt Sören Dede aus. Champion zu sein, reicht nicht mehr aus – zumindest nicht ohne Sichtbarkeit – Sichtbarkeit in allen Belangen und Lebensbereichen: Transparente Prozesse, nachhaltiges Handeln, soziales Engagement, alles muss Hand in Hand laufen und auch gesehen werden. Dadurch haben sich die Aktivitäten zur Mitarbeitergewinnung verlagert:

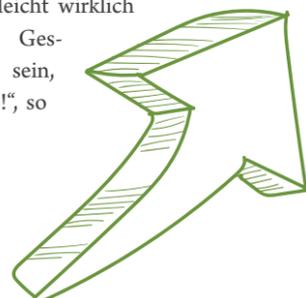
Alle Neuigkeiten, Erfolge und Stories aktueller Projekte des Unternehmens müssen schnell und digital zur Verfügung stehen und zugänglich sein.

Die Zeiten des stillen und unsichtbaren Erfolgs seien vorbei. Eine der treibenden Kräfte hinter der Nachhaltigkeitsinitiative des Unternehmens ist Karen Queitsch. Sie betont die Bedeutung, die junge Menschen dieser Entwicklung beimessen: „Es reicht nicht aus, nur über Nachhaltigkeit zu sprechen. Wir müssen sie in unserem Unternehmen leben und erlebbar machen“,



betont Queitsch. „Unser tägliches Handeln und Leben dieser Werte schafft das Fundament für zukünftige Stabilität und ein festes Fundament kommender Generationen. Unser Engagement spiegelt sich daher nicht nur im Gebäudedesign wider, sondern auch in den innovativen Produkten und optimierten Strukturen der SUND Group.“

Schnell wird klar, dass die SUND Group nicht nur in ihrer äußeren Erscheinung an die nächste Generation denkt, sondern auch in ihrer Unternehmenskultur: die enge Zusammenarbeit der Tochterunternehmen unter einem Dach, die Verbindung ökologischer und ökonomischer Prozesse, die Einbindung nicht-familieninterner Manager, um frische Perspektiven zu bieten und die Erfolgsgeschichte weiterzuschreiben! Das Unternehmen ist sich bewusst, dass kommende Generationen auch auf sozialer Ebene funktionieren müssen. Daher bietet die SUND Group ihren Mitarbeitern außer einem modernen, inspirierenden Arbeitsumfeld auch vielfältige Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung. „Die besten Mitarbeiter bekommt man nur, wenn man Perspektiven bietet. Auch als externer Manager möchte man echte Perspektiven im Unternehmen bekommen, um sein gesamtes Know-how und Herzblut zu investieren. Gesellschafter zu werden, ist vielleicht wirklich schwer, aber Geschäftsführer zu sein, ist es hier nicht!“, so Klostermann.



Der digitale Fortschritt brachte zusätzlich frischen Wind in das Unternehmen, und die Mitarbeiter profitierten von digitalen Innovationen und Möglichkeiten der individuellen Gestaltung der Tätigkeitsfelder. Die Kombination aus Home-Office und Präsenz vor Ort gliedert die Mitarbeiter in „Sattler“ und „Traveller“: Sattler sind mehr vor Ort, Traveller überwiegend mobil, je nach Arbeitsbereich und persönlichen Präferenzen.

„Es ist wohl das einzige Mal in meiner beruflichen Laufbahn, dass ich in einem völlig neuen Unternehmen bin, ohne dabei die Firma zu wechseln“,

hat ein Mitarbeiter seinen persönlichen Eindruck nach dem Umzug und der Überarbeitung der Prozesse zusammengefasst. „Das war für uns natürlich ein großes Kompliment, dies von einem langjährigen Mitarbeiter zu hören“, lächelt Martin Klostermann.

Der Besuch bei der SUND Group offenbart eine Atmosphäre des Aufbruchs und purer Energie: Eine Atmosphäre der Innovation und des Wandels – während die Gesellschafter und Mitarbeiter gleichermaßen von der Leidenschaft für Nachhaltigkeit und Fortschritt getrieben werden. Die Aus-



zeichnung "Familienunternehmer des Jahres" ist nicht nur eine Anerkennung für die bisherigen Erfolge, sondern auch eine Bestätigung dafür, dass die SUND Group auf dem richtigen Weg ist, um eine bessere Zukunft für alle zu schaffen.

Anzeige

Dr.RIMPLER

Wenn Wissenschaft auf Leidenschaft trifft...

...KANN ETWAS GANZ BESONDERES ENTSTEHEN.

Wir setzen konsequent auf die Kombination aus naturwissenschaftlichem Knowhow und leidenschaftlichem Engagement, um ehrliche, seriöse und bahnbrechende Kompositionen und Produkte zu entwickeln, die große Versprechen an die Haut leisten. Und sie zuverlässig halten.





Generationswechsel brauchen Unternehmergeist!

Von André Schulte-Südhoff und Felix Lehmann

Wir beide gehören in unserer Betriebsgeschichte zur zweiten Generation. Damit gesellen wir uns zu den vielen Familienunternehmen in Deutschland, die mindestens eine Unternehmensnachfolge erfolgreich durchgeführt haben. Die Nachfolge gehört zu den prägenden Momenten eines Familienunternehmens. Auch für die deutsche Wirtschaft hat die Nachfolge in Familienunternehmen eine große Bedeutung. Allein in Niedersachsen steht jedes Jahr in mehr als 3000 Unternehmen ein Generationenwechsel an.

Als Nachfolger werden wir oft gefragt, was die neue Generation Unternehmer anders macht. Hier ist vor allem die Herausforderung Digitalisierung zu nennen, die die neue Generation aufgrund ihres Aufwachsens im medialen Zeitalter anders anpacken kann als die vorherige. Studien zeigen zudem, dass die nächste Unternehmergegeneration enorme Chancen in Zusammenarbeit mit Start-ups sieht. Drei von vier Nachfolgern entwickeln digitale Lösungen und neue Geschäftsmodelle. Das Aufeinandertreffen kultureller Unterschiede zwischen einem etablierten Familienunternehmen und Start-ups treiben sie bewusst voran.

Zwar gibt es etliche hochmotivierte Nachfolger in Deutschland, doch insgesamt macht sich das sinkende Interesse an Selbständigkeit auch hier bemerkbar.

Noch im Jahr 2000 konnte sich fast jeder zweite vorstellen, sein eigener Chef zu sein – heute nur noch jeder vierte. Ein trauriges Rekordtief!

Die staatliche KfW-Bank rechnet damit, dass 70 000 geplante Unternehmensübergänge allein bis Ende dieses Jahres an fehlender Nachfolge scheitern werden. Die Folgen können Unternehmensstillegungen sein, sodass Wirtschaftsaktivität und Innovation verloren gehen.

Diesem fatalen Trend müssen wir uns entgegenstellen. Machen wir jungen Menschen wieder Lust auf Unternehmertum! Schon an Schulen müssen die Chancen aufgezeigt werden, die eine Selbstständigkeit bietet. In Niedersachsen sind wir Familienunternehmer Kooperationspartner von „business4school“ - einem Programm, das den Fachunterricht an Schulen ergänzt. Hochschullehrer oder Führungskräfte vermitteln als Dozenten das Verständnis von Wirtschaft als Verbraucher, als Bürger und im Unternehmen.

Nicht weniger wichtig, um den Nachwuchs zu begeistern, ist der umfassende Wegfall von Bürokratie. Die dramatischen Bedingungen, gesetzliche und bürokratische Fallstricke, sprechen sich herum – auch bei jungen Leuten. Wie soll die Aussicht motivieren, als Chef mehr mit Papierkram als mit der Umsetzung spannender Ideen beschäftigt zu sein? Dabei benötigen wir gerade in Zeiten von Transformationen mutige Menschen, die Innovationen auf die Straße bringen. Um die enormen wirtschaftlichen Chancen von Dekarbonisierung und Digitalisierung für den Norden Deutschlands zu nutzen, braucht es Unternehmer, die anpacken!



DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Niedersachsens Landesvorsitz



André Schulte-Südhoff
Landesvorsitzender von DIE FAMILIEN-
UNTERNEHMER in Niedersachsen

André Schulte-Südhoff ist geschäftsführender Gesellschafter der Schuko GmbH in Bad Laer. Das Unternehmen produziert seit über 50 Jahren Absauganlagen und Filtertechnik für Handwerks- und Industriebetriebe. Diese sorgen nicht nur für die Entsorgung von Produktionsrückständen, sondern auch für saubere Verhältnisse am Arbeitsplatz. Mit über 200 Mitarbeitern an sieben Standorten in Deutschland und Polen ist Schuko einer der gefragtesten Lieferanten Europas.

www.familienunternehmer.eu/vor-ort/lb-niedersachsen



Felix Cordova-Lehmann
Landesvorsitzender von DIE JUNGEN
UNTERNEHMER in Niedersachsen

Felix Cordova-Lehmann ist seit 2021 als geschäftsführender Gesellschafter der steindesign Werbeagentur GmbH, einer 1982 gegründeten Full-Service-Agentur mit Sitz in der niedersächsischen Landeshauptstadt, Unternehmensnachfolger. Darüber hinaus führt er die geschichtsträchtige Eventlocation cavallo königliche reithalle mitten in Hannover. Er ist Start-up-Gründer der Filmproduktion filmklar, setzt sich im Rahmen der Initiative „Wir für Ausbildung“ für die Verbesserungen in der Berufsausbildung ein und ist Dozent an der Hochschule Hannover im Bereich Medien.

www.junge-unternehmer.eu/vor-ort/lb-niedersachsen

Anzeige

Essen im Büro leicht gemacht!

Warum zum Imbiss oder Bäcker,
wenn es doch easyfit gibt?

- ✓ über 90 Mittagessen aus besten Zutaten
- ✓ Lieferung direkt an den Arbeitsplatz
- ✓ mehr Wohlbefinden der Mitarbeiter
- ✓ ausgewogen & leicht bekömmlich
- ✓ immer ausreichend Vorrat im Tiefkühler
- ✓ leichte Zubereitung (Wasserbad/ Mikrowelle)
- ✓ Heute bestellt, morgen geliefert!

Mehr als nur ein Lunch.

Online auf www.easyfitfood.com
oder telefonisch unter 040-551 00 01.

*Nicht kombinierbar mit anderen Aktionen. Die Kennenlernpakete sind vom Rabatt ausgeschlossen. Die Aktion ist bis auf Widerruf gültig.

easyfit



Jetzt bestellen!
Testen und mit dem **Einführungsrabatt 15%**
sparen*! (Aktionscode OFFICE15)



Kinder, Freiheit & Erfolg

Medianest – Familie und Business in Harmonie

Von Gabriela Friedrich



Anna und Fabian Nest definieren den Begriff des Familienunternehmens neu – denn ihre Intention für die Gründung der Hannoveraner Mediaagentur Medianest war es, Berufstätigkeit plus Zeit mit den Kindern für beide Elternteile möglich zu machen – nicht nur für die Mutter. Wie ihnen dies gelungen ist, haben sie dem Hamburger Unternehmer verraten.

„Wenn ich im Verband der Familienunternehmer erzähle, dass ich mal wegen der Familie nicht kann, werde ich groß angeguckt“, erzählt Fabian Nest. Noch immer scheint es die Ausnahme zu sein, dass Männer ihre Vaterrolle ernst genug nehmen, um sie zeitweise über berufliche Verpflichtungen zu stellen. Bei den Nests ist das anders: Sie haben mit ihrer gemeinsamen Mediaagentur eine Unternehmung konzipiert, die jedem von ihnen Freiraum für die Betreuung ihrer beiden Söhne (acht und drei Jahre) ermöglicht: Anna kümmert sich drei Nachmittage pro Woche um die Kinder, Fabian an einem bis zwei Nachmittagen. Diese Kindernachmittage sind gesetzt und werden

vor den zeitlichen Ansprüchen von Kunden oder Verbänden geschützt. Doch weshalb haben die Vereinbarkeit von Beruf und Familie für Anna und Fabian diese Bedeutung? Das wollen wir wissen. „Wir haben uns während des Studiums kennengelernt und uns schon damals gefragt: ‚Was wird uns am Ende unseres Lebens in der Rückschau am wichtigsten sein?‘ Unsere Antwort lautete ganz klar: ‚Erlebnisse mit der Familie!‘“, erinnert sich Anna. Mittlerweile haben sie eine Work-Family-Balance erreicht, von der sie selbst sagen: „Es gibt keinen Optimierungsbedarf mehr!“ Der Weg dorthin war kurvig und steinig, was die Nests aber nicht abhalten konnte.

„Man muss sich trauen, sein Leben zu leben und Dinge zu verändern, wenn etwas nicht im Gleichgewicht ist“, lautet ihr Credo.

Das Ergebnis ihrer Courage und Integrität ist ein glückliches Familienleben und eine Agentur, mit der sie seit sechs Jahren die Mediabudgets renommierter Kunden – primär größere Mittelständler und Konzerne – erfolgreich betreuen. Unter anderem arbeiten sie für Continental, TREK, Sparkasse Hannover und Dräger. 60 % ihrer Kunden sind Werbeagenturen, für die sie Mediaplanung, -buchung, -analyse und -optimierung übernehmen. „Schwerpunktmäßig geht es unseren Kunden um Branding, Awareness und Image“, erklärt Fabian. „Wie ermitteln datengestützt die richtigen Kanäle, um die Unternehmensbotschaft ohne Streuverluste an die Zielgruppe zu bringen. Dies gelingt über Display oder Mobile Apps, digitale Werbeflä-

chen im Außenbereich, Video-Ads bei Streamingdiensten, Audiospots bei Radiosendern oder Audiostreaming-Diensten wie Spotify, Anzeigen in Printmedien oder – für visionäre Unternehmen – über unterschiedliche Werbeformen in Metaversen.“ Weil es allerdings in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten für immer mehr Unternehmen wichtig wird, mit ihrer Werbung direkten Umsatz zu generieren, hat Medianest das Leistungsspektrum inzwischen auch um Performance Marketing mit Google Ads und Social Paid (bezahlte Werbung in den sozialen Medien) erweitert. „Seit unserem Bestehen gab es erst zweimal den Fall, dem Kunden sagen zu müssen, dass wir nichts für ihn tun können. Das kommunizieren wir dann ganz klar – ist aber die absolute Ausnahme“, sagt Fabian Nest.

Das Geschäft brummt bei Anna und Fabian Nest, wofür es mehrere Gründe gibt: Der erste ist natürlich die Qualität ihrer Leistung: Kein Unternehmen hat Geld zu verschenken, weshalb eine präzise, datenbasierte Mediaplanung attraktiv ist. Grund Nummer 2 ist der Umstand, dass bei Medianest jeder Kunde ein Premium-Kunde ist und die entsprechende Chef-Behandlung erhält. Die letzten beiden Gründe für den Erfolg haben mit Standort und Verbandszugehörigkeit zu tun: „Hier in Hannover hat, als wir starteten, jeder mit uns gesprochen!“, lobt Fabian den Spirit der Stadt. „Auch große Unternehmen waren absolut of-

Medianest macht Werbung im Web, Metaverse, TV, Streaming, Radio, in Apps, Print und auf digitalen Außenflächen. Die Media-Agentur zeigt dabei nur demjenigen die Werbung des Agenturkunden, der sich für das jeweilige Thema interessiert. Ziel ist, die User zur richtigen Zeit, am richtigen Ort mit dem richtigen Thema ohne große Streuverluste anzusprechen. Dies gelingt nur mit dem richtigen technischen Know-how und einem gut durchdachten Targeting.

Sitz:
Hannover

Gründung:
2017

Mitarbeiter:
5

www.medianest.de

**Wichtigster Erfolgsfaktor:
Die Mitgliedschaften bei DIE FAMILIEN-
UNTERNEHMER und DIE JUNGEN
UNTERNEHMER!**



Anna und Fabian Nest und ihr erfüllendes Familien- Unternehmen

fen für das, was wir zu bieten hatten, und digitale Werbeflächen haben in Hannover auch gefehlt.“ Fabians Mitgliedschaft bei den Familienunternehmern und die von Anna bei den Jungen Unternehmern waren allerdings die wichtigsten Erfolgsbausteine. „Dieses Netzwerk hat uns enorm geholfen“, sagen sie dankbar. Mittlerweile beschränkt sich ihr Aktionsradius nicht mehr auf Hannover oder Niedersachsen, sondern sie sind auch europäisch tätig.

Doch wie kamen sie dazu, eine Mediaagentur zu gründen? Fabian ist Volljurist (ohne Anwaltszulassung), Anna hat einen Master in Politik und Recht. Beide stiegen früh in die Werbung ein und arbeiteten angestellt in Agenturen. Fabian, der geborene Kommunikator und Nach-vorne-Geher mit viel Urvertrauen war irgendwann unzufrieden mit der Angestelltensituation und wollte eine eigene Mediaagentur gründen: „Ich würde das alles anders machen!“, sagte er seiner Frau damals, und Anna, die Risikobewusste, ermutigte ihn: „Ja, dann musst du das tun!“, setzte ihm allerdings ein Ultimatum: „In einem Jahr musst du vernünftige Umsätze bringen. Bis dahin ernähre ich uns über meinen Angestelltenjob.“

Es folgte eine harte Zeit, denn zunächst schien nichts zu passieren. Erst zwei Wochen vor Ablauf des Ultimatums begann es, zu laufen: Urplötzlich platzte der Knoten!

Ihr Durchhaltevermögen hatte sich gelohnt, sodass Anna ihre Festanstellung aufgeben und sich auch auf Medianest konzentrieren konnte. Inzwischen hatten sie zwei Kinder, die Betreuung brauchten. Dies bedeutete, mit einer Tagesmutter und Plätzen in Krippe und Hort zu jonglieren und zu lernen, das Baby vertrauensvoll loszulassen. Mittlerweile ist das Familiensystem gut eingespielt: Es gibt fixe Zeiten und Zuständigkeiten, wobei sich Fabian und Anna mit ihren unterschiedlichen Naturellen perfekt ergänzen. Zusammen sind sie ein starkes Team – privat wie beruflich: „2022 war bisher unser umsatzstärkstes Jahr“, freuen sich die beiden, und ihre Eltern sind stolz auf sie.

Fabians Eltern hatten zunächst gebangt, als sich ihr Sohn für die Gründung entschied. „Für meine Mutter als Grundschullehrerin und meinen Vater, der als leitender Angestellter sein gesamtes Berufsleben in ein und demselben Unternehmen verbracht hat, schien das zu gefährlich“, erklärt Fabian. „Doch ich habe ihnen gesagt: ‚Ich gehe voll ins Risiko, und wenn es nicht klappt, dann mache ich eben etwas anderes!‘“ Annas Eltern, innovativ und risikofreudig als Agrarunternehmer tätig, waren entspannter gewesen: „Da hilft nur Ausprobieren!“

Während heute immer mehr junge Menschen mit Bedürfnis nach totaler Sicherheit eine Beamtenlaufbahn anstreben, lieben Anna und Fabian die Aufs und Abs des Unternehmertums. „Es ist eine tolle Achterbahnfahrt – durch die Tiefs wird das Hoch doppelt so schön. Wir wollen das alles erleben – unser persönliches Abenteuer! Denn unser Horror ist, wenn es jeden Tag das Gleiche ist!“ Nein, mit Routine müssen sie bestimmt nicht rechnen!

Anzeige

CHAMPAGNE

LA GRANDE DAME

Veuve Clicquot

PLEASE DRINK RESPONSIBLY

Anita wollte mehr!

So wurde RIMPLER COSMETICS zum internationalen Champion

Von Gabriela Friedrich



Am 1. Januar 2023 hat Dr. Christian Rimpler das Chefbüro für seinen Sohn Patrick Rimpler geräumt und arbeitet nun primär im Homeoffice oder im Labor, wo er sich der Forschung widmet, während Patrick RIMPLER COSMETICS leitet. Gut gelingt er hier, der Generationenwechsel im Hause Rimpler.

Wie es Vater und Sohn geschafft haben, den Stafelstab harmonisch und erfolgreich zu übergeben, werden sie gleich berichten. Doch zunächst nutzen wir die Gelegenheit des Gesprächs, um zurück zu schauen auf die Anfänge des Unternehmens: „Letztendlich ist all dies hier entstanden aus dem Wunsch meiner Mutter Anita, mehr zu tun als auf die Familie aufzupassen“, erzählt Dr. Christian Rimpler. „Sie machte eine Kosme-

tikausbildung, und weil mein Vater praktischerweise Professor der medizinischen Chemie war, gründeten die beiden gemeinsam im Jahr 1974 das Cosmetic College Hannover.“ Daraus wurde bald die größte Berufsfachschule Deutschlands für Kosmetik. 1986 folgte die Gründung der heutigen Dr. Rimpler GmbH. Drei Jahre später stieg Dr. Christian Rimpler ins elterliche Unternehmen ein. Damals war der aktuelle Geschäftsführer Patrick gerade erst geboren.

„Mit meinem Vater Manfred zu arbeiten, war nicht immer einfach“, erinnert sich der heutige Senior. „Er war eine starke Persönlichkeit!“ Doch gleichzeitig war der Hochschulprofessor auch immer Unterstützer und graue Eminenz für seinen Sohn Christian. „Junge, mach mal“, hat er immer gesagt. Wir haben regelmäßig Terrassengremien abgehalten, bei denen strategische Entscheidung getroffen worden. Mein Vater war mit meinen Vorschlägen immer einverstanden.“ So handhabt es Dr. Christian Rimpler nun auch selbst mit seinem Sohn Patrick. „Bei einer erfolgreichen Nachfolge muss man vom ersten Tag an Verantwortung für Geschäftsbereiche geben. Man muss loslassen, dem anderen vertrauen und ihn seine eigenen Erfahrungen machen lassen“, schildert er den Prozess. Und sein Sohn ergänzt: „Ich habe bei meinem Einstieg ins Unternehmen vier Säulen übernommen: Finance, IT, Controlling und Marketing. Mein Vater hat sich von Anfang an rausgehalten.“ Seit Anfang des Jahres liegt nun auch die Geschäftsleitung in den Händen des dynamischen Betriebswirts. „Irgendwann muss man auch Gesamtverantwortung übertragen“, erklärt Vater Christian. Doch ganz leicht ist ihm das nicht gefallen:

„Nach 30 Jahren der Geschäftsführung das Büro auszuräumen, alle Bilder und privaten Gegenstände in Kisten zu packen und nach Hause zu bringen, war hart und schmerzhaft!“

Doch Vater Christian ist nicht der Einzige, der nun geht: „Meine Frau hat auch im Unternehmen mitgearbeitet. Sie hat sich um Gehaltsabrechnungen und HR gekümmert, war Kommunikatorin für die Mitarbeiter und auf diese Weise die gute Seele sowie eine ganz wichtige Kraft.“ Auch sie zieht sich nun raus und überlässt der jungen Generation das Feld. Die junge Generation – das ist nicht nur Patrick Rimpler, sondern auch seine Frau – eine angehende Dermatologin – und die gemeinsame



zweijährige Tochter. Ob die Kleine sich wohl auch in einigen Jahren berufen fühlen wird, später einmal ins Unternehmen einzusteigen? Ihr Vater Patrick war mit nur sechs Jahren erstmals im Labor. Und früh war ihm klar: „Wohin mich auch immer mein beruflicher Weg führt – eines Tages komme ich ins Familienunternehmen zurück.“

Nun verantwortet also Patrick Rimpler die Geschicke der RIMPLER COSMETICS, einem florierenden Unternehmen – ansässig in Wedemark vor den Toren Hannovers mit 52 Mitarbeitern. Dank Dr. Christian Rimplers Forschungstätigkeit verfügt die Firma über europaweit gefragte Expertise bei Carrier Technologien, d. h. dem Transport von kosmetischen Aktivstoffen in die Haut. In diesem Bereich sind sie Inhaber verschiedener Patente, die von Konzernen regelmäßig angefragt werden. Vor allem aber hat das Unternehmen





RIMPLER – Experten für schöne Haut und für digitales Marketing von Kosmetikinstituten

ein Produkt- und Dienstleistungsspektrum, das seinesgleichen sucht: Aufgrund seiner Ursprünge fokussiert sich die Dr. Rimpler GmbH auf hochwertige Kosmetik für anspruchsvolle Haut, die bei Kosmetikinstituten eingesetzt wird oder dort erhältlich ist. Ein Standbein ist die Produktion und der Vertrieb der Traditionsmarke Isabelle Lancray, Paris, die 1997 übernommen wurde, ein zweites die selbst entwickelte Wirkstoffkosmetik Dr. RIMPLER mit 13 Produktlinien. Diese Produkte sind erfolgreich in über 40 Ländern vertreten. Vor sechs Jahren kam Patrick Rimpler auf die Idee, das Know-how und die Kapazitäten des Unternehmens auch anderen Kosmetikmarken in Form von Lohnproduktion zur Verfügung zu stellen – ein Volltreffer: Die Nachfrage nach der Rimpler-Lohnproduktion explodiert mittlerweile geradezu.

Doch die Dr. Rimpler GmbH bietet mit Patrick Rimplers Marketing-Skills auch digitale Verkaufsförderungs-Services für Kosmetikinstitute: Sie erhalten auf Wunsch alles von der Website bis zu automatisierten Kommunikations- und Vertriebslösungen mit Mehrwert

für den Endkunden. Dadurch ist die ohnehin schon intensive Bindung zwischen den Kosmetikerinnen und dem Unternehmen noch enger geworden – soweit dies überhaupt möglich ist:

Schließlich hatte sich Dr. Christian Rimpler als langjähriger Vorsitzender des Verbandes für Cosmetic Professional (VCP) immer schon für die Belange der Branche engagiert.

Also alles rosarot bei den Rimplers? Fast: Wenn es um die Bewertung der aktuellen Landes- und Bundespolitik geht, sind sich Vater und Sohn nicht ganz einig: Dr. Christian Rimpler sieht schwarz für Deutschland: „Die Energiepolitik ist ein Drama, energieaufwändige Prozesse sind hier nicht mehr möglich.“ Die Folgen erlebt er im eigenen Unternehmen: „Wir beziehen Rohstoffe von deutschen Chemiekonzernen. Früher erhielten wir unsere Bestellungen innerhalb von Tagen, doch nun sind die Lieferzeiten deutlich länger geworden, weil sie beispielsweise jetzt vom gleichen Konzern aus den USA geliefert werden. Wir Familienunternehmer können unsere Produktion nicht so einfach verlagern wie die Konzerne“, erklärt er. Hinzu kommt erschwerend: „Der Faktor Leistung wird hier nicht mehr belohnt!“ Gleich in zwei Fällen musste er erleben, wie Mitarbeiterinnen mit Kindern gerne wieder arbeiten wollten, aber absagten, weil es sich für sie finanziell nicht gelohnt hätte – frustrierend!

Patrick Rimpler sieht das Ganze positiver: „Wir müssen das Beste daraus machen. Die Ampel erschwert zwar einiges, aber ich habe die Hoffnung, dass die Politiker in Berlin doch noch wach werden. Keine Sekunde überlege ich, zu verkaufen oder aufzuhören!“ – eine Einstellung, die Vater Rimpler freut, denn es gibt in Deutschland nur wenige Familienunternehmen, bei denen die nächste Generation will und es auch kann!



Anzeige

KEINER REDET ÜBERS WETTER

Sie schon? Das liegt vielleicht am hervorragenden Rundum-Schutz von Pantaenius: Dem Versicherungspartner mittelständischer Unternehmen in ganz Deutschland.



pantaenius.eu

PANTAENIUS
VERSICHERUNGSMAKLER

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMERDIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Verleihung des Ordnungspolitischen Preises

 Anne Großmann Fotografie

Der angesehene und mit 10.000 Euro dotierte „Ordnungspolitische Preis“ wurde am 6. September 2023 im Stadtbad Oderberger in Berlin verliehen. Ziel des vom Verband DIE FAMILIENUNTERNEHMER gestifteten Preises ist es, Journalisten, Wissenschaftler und Publizisten zu motivieren, politische Vorgänge auf ihre ordnungspolitischen Auswirkungen hin zu hinterfragen und neue Ideen zu entwickeln.

Die Auszeichnung für 2023 ging an das Professorentrio Lars Feld, Christoph M. Schmidt und Volker Wieland für ihren Essay „Angebotsorientierte Finanzpolitik als Gebot der Stunde“.

In ihrem Stück plädieren die ehemaligen „Wirtschaftsweisen“ für eine angebotsorientierte Finanzpolitik, um die Phase aus niedrigem Wachstum und hoher Inflation zu überwinden.

Finanzpolitische Maßnahmen gilt es nur punktuell dort für Entlastungen einzusetzen, wo bestimmte Teile der Bevölkerung die starken Preissteigerungen, zum Beispiel der Energie, nicht verkraften.



Der prämierte Artikel erschien in der Rubrik „Ordnung der Wirtschaft“ der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ). Die Laudatio zur Verleihung sprach Heike Göbel, Ressortleiterin Wirtschaftspolitik der FAZ und zuständig für die Ordnung der Wirtschaft. Göbel lobte den Essay als „ein kleines Gegengutachten, in dem sich die Autoren vor allem die umstrittene Kernforderung des amtierenden Sachverständigenrats nach Steuererhöhungen argumentativ vorknöpfen.“



Die Präsidentin von DIE FAMILIENUNTERNEHMER, Marie-Christine Ostermann, hob die Bedeutung von Ordnungspolitik als Kompass für politische Entscheidungen hervor: „Je weniger die Politik weiß, wo sie hin will und welche Instrumente sie wählen soll, desto mehr flüchtet sie ins Geldausgeben. Man muss die Herausforderungen nur für ausreichend epochal erklären und schon beginnt der Überbietungswettbewerb um die Milliarden. Mit dem Ordnungspolitischen Preis wollen wir Familienunternehmer dazu anspornen, Politik auf ihre ordnungspolitischen Auswirkungen zu hinterfragen.“

Die Preisträger 2023:

Lars P. Feld

ist Direktor des Walter Eucken Instituts und Inhaber des Lehrstuhl für Wirtschaftspolitik und Ordnungsökonomik an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg.

Christoph M. Schmidt

ist Präsident des RWI Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung in Essen sowie Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftspolitik und Angewandte Ökonometrie an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der Ruhr-Universität Bochum

Volker Wieland

ist Professor für Monetäre Ökonomie an der Goethe-Universität Frankfurt am Main sowie Geschäftsführender Direktor des Institute for Monetary and Financial Stability (IMFS).

Anzeige



Einweg. Weiter gedacht.

Vom Müllbeutel bis zum Handschuh: Schon 2030 fertigen wir alle Produkte aus 100 % recycelten oder nachwachsenden Rohstoffen. Und das ist erst der Anfang. Erfahren Sie mehr über unseren nachhaltigen Weg auf [sund-group.com](https://www.sund-group.com)

Familienunternehmer
des Jahres 2023



Markenwerte generationen- übergreifend stärken

Die Welt hochwertiger Merchandise-Produkte und Werbemittel

Von David Friedemann



CAICON ist auf anspruchsvolle Merchandise-Artikel spezialisiert und entwickelt stetig neue Ideen, Konzepte und ganze Produktlinien für namhafte Unternehmen. Marken und Kunden durch die Entwicklung und den Vertrieb hochwertiger Merchandise-Artikel ganzheitlich zu verbinden und gleichzeitig Kunden zu Fans zu machen, so lautet das oberste Ziel des Geschäftsführenden Gesellschafters Lars-Hendrik Pirck.



Wir treffen uns mit Lars-Hendrik Pirck im neu bezogenen Firmensitz in Ahrensburg. In direkter Nachbarschaft des Gewerbegebietes liegt noch Baustelle an Baustelle, und neue Unternehmen besiedeln Stück für Stück das Gewerbegebiet. CAICON hat hier ebenfalls seinen neuen Standort errichtet und dem „alten“ Gewerbegebiet um die Ecke den Rücken gekehrt. Nicht zuletzt, um alle Unternehmensbereiche unter einem Dach zu vereinen – vom ersten Gespräch über Ideenentwicklung,

Planung und Entwicklung bis zur Lagerung und zum weltweiten Versand. Bevor wir über die Entstehungsgeschichte des Unternehmens und seinen Weg zum Erfolg sprechen, erklärt uns Pirck den Unterschied zwischen Merchandise-Artikeln und Werbemitteln – schließlich werden beide häufig verwechselt: „Merchandise-Artikel schaffen bleibende Erinnerungen und vertiefen Markenerlebnisse. Im Gegensatz zu einfachen Werbemitteln und Werbegeschenken werden Merchandise-Produkte von Marken vertrieben, d. h. der Kunde kauft sie gezielt. Dies stärkt nicht nur die eigene Marke – vielmehr werden Käufer der Pro-

dukte zu Markenbotschaftern, und die Identifikation mit der Marke wird zur persönlichen Botschaft. Doch Merchandise kann noch viel mehr – es schlägt die Brücke zwischen Generationen.“ Wie das? Wir fragen nach, und der Unternehmer erläutert: „Die Merchandise-Sortimente der von uns betreuten renommierten Marken umfassen Artikel in allen Preiskategorien und für alle Altersgruppen. Für Kids gibt es beispielsweise günstige Magnete, und für den Vater einen teureren, edlen Schlüsselanhänger seiner Lieblingsmarke. Und wenn die Kinder heranwachsen, können sie durch die Vielfalt des Angebotes der Marke treu bleiben.“ Okay, verstanden, Nun aber interessiert uns die Firmenhistorie: Die Erfolgsgeschichte begann vor 25 Jahren. Lars-Henrik Pirck führt uns durch die Räumlichkeiten und teilt mit uns den Weg der Unternehmensentwicklung, der über einige Umwege und Sackgassen letztendlich zum Erfolg führte. Alles begann mit einer brennenden Pfanne im USA-Urlaub: Im Ferienhaus mussten nach dem Brand die Rauchmelder und Feuerlöscher ersetzt werden. Als Lars-Henrik Pirck feststellte, dass Rauchmelder und Feuerlöscher in den USA schneller und günstiger verfügbar waren als in Deutschland, war die erste Idee geboren: Import von Feuerlöschern und Rauchmeldern nach Deutschland. Doch wie so oft, waren die bürokratischen Hürden zu hoch, und die Idee musste verworfen werden.

Pirck ließ sich nicht entmutigen, obwohl auch seine zweite Idee scheiterte – diesmal durch den Wegfall des Lieferanten.

Der dritte Anlauf brachte endlich den Durchbruch: Er gelang mit einem selbst-reinigenden Golfhandtuch.



Das Handtuch wurde in verschiedenen Golfclubs und bei großen Golfevents verwendet, oft mit individuell eingestickten Logos der Kunden, darunter auch dem von BMW. Überzeugt von der Qualität und Leistung, kamen Interessenten mit immer mehr Anfragen, und so erweiterte sich das Angebot von Handtüchern über Golftees bis hin zu Golfbällen und kompletten Ausrüstungen. Die Beharrlichkeit hat sich ausgezahlt: Mit 25 Mitarbeitern und über 4.500 Bestellungen jährlich hat sich CAICON zu einem Branchenführer in der Entwicklung von Merchandise-Artikeln und Werbemitteln für Unternehmen, vom Mittelstand bis zu Giganten wie BMW Group, AIDA oder Minimax, entwickelt – angefangen bei klassischen Werbemitteln über maßgeschneiderte Sonderanfertigungen bis hin zum Full-Service. Der Golfsport ist nach wie



Anzeige



FOTOGRAFIE
Marc Schultz-Coulon

Mitarbeiterfotos · Businessfotos · Veranstaltungen · Präsentationen · PR

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

www.schultz-coulon.de





vor der zweite Geschäftsweig. Neben den Vertriebsrechten von U.S. Kids Golf hält CAICON auch die Vertriebsrechte von Bridgestone Golfbällen in vielen europäischen Ländern.

Dabei geht das Engagement des Unternehmens weit über die bloße Individualisierung der Artikel mit Logoprint hinaus: Von der Konzeption bis zur Auslieferung werden Kunden auf Schritt und Tritt unterstützt. Und das mit Erfolg: Über 6.000 Produkte wurden in den letzten 25 Jahren entwickelt, wovon 33% weltweit vermarktet werden.

Nach dem ersten Blick in den Showroom und einem kurzen Einblick in die Vielzahl der umgesetzten Projekte, zeigt uns Lars-Hendrik Pirck die Entwicklungsabteilung. Vor uns liegt die neue Taschenkollektion von dem Kreuzfahrtriesen AIDA: Bauchtasche, Rucksack, Shopper, Kulturbeutel, Strandtasche und einige weitere.

Die Materialien sind von höchster Qualität, das Design ausgewogen, und alle Details wie Reißverschlüsse sind den jeweiligen Anforderungen angepasst.



„Wichtig ist, dass alles zueinander passt, sich die Produkte aber nicht cannibalisieren“, erfahren wir von der zuständigen Mitarbeiterin. Alles muss perfekt sein. Dazu gehört auch die genaue Farbwahl. In einer speziellen Lichtkabine werden alle



Farben sorgfältig geprüft, um sicherzustellen, dass sie nicht nur auf dem Stoff gut aussehen, sondern auch zu den anderen Produkten passen.

Großer Wert wird auf hohe Qualität und Präzision gelegt: Jeder Kunststoff, jedes Logo und jeder Stoff muss materialübergreifend exakt die gleiche Farbe haben. „Einige Produkte wurden in dieser Art und Weise noch nie produziert!“ Lars-Hendrik Pirck zeigt uns Muster einer neuen Trinkflasche. Diese ist Teil der Onboardingbox für mehr als 3.000 Auszubildende im IHK Bezirk Lübeck. Das Hashtag #könnenlernen unterstützt die deutschlandweite Kampagne. Die Pulverschichtung nimmt die Farben der Kampagne auf: zweifarbig mit Verlauf im Raster. „Wir haben sehr viel getestet und getüftelt, um diesen Verlauf auf die Flaschen zu übertragen“, so die Mitarbeiterin der Produktentwicklung. Das Ergebnis kann sich sehen lassen. In der nächsten Abteilung befindet sich das Marketingteam von CAICON. Hier werden Kundenlogos verarbeitet, neue Designs entwickelt und die Online-Shops der Kunden betreut.



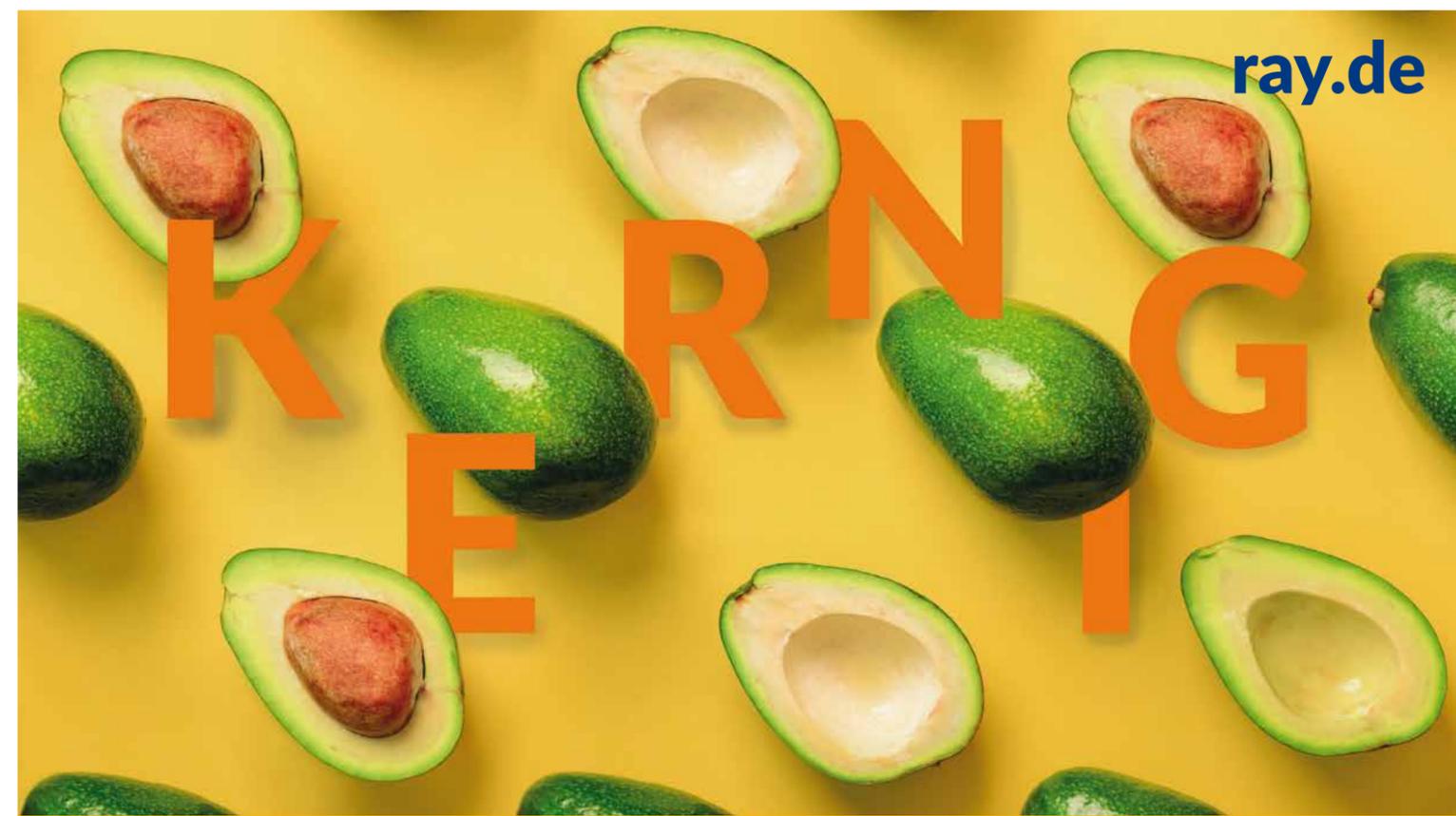
Direkt neben dem Bürogebäude erstreckt sich das Versandlager von CAICON. Hier lagern Paletten von Merchandise-Artikeln verschiedenster Marken und warten auf den Versand. Die Paletten für die Großevents der Dirk Kreuter Marketing Offensive stehen bereits

fertig konfektioniert bereit und warten darauf, abgeholt zu werden. „Alle Artikel werden nach den Wünschen unserer Kunden produziert und aus unserem Lager versendet“, erklärt Lars-Henrik Pirck. „So stellen wir sicher, dass wir keine Restlagerbestände haben. Alles ist bereits für die Kunden vorbereitet und wird dann nur noch bei uns abgerufen.“

Um nicht nur die Markenwerte der Kunden, sondern auch die Leidenschaft für das Unternehmen generationenübergreifend zu stärken, steht die nächste Generation in den noch etwas entfernten Startlöchern. „Die Liebe zum Unternehmen ist auf jeden Fall vorhanden“, lächelt Lars-Hendrik Pirck. Seine beiden Kinder sind nach der Schule und in den Ferien regelmäßig im Unternehmen, helfen beim Filmen für Social Media, konfektionieren und liefern die ein oder andere Idee. Alles mit dem Ziel, die unternehmerische Leidenschaft und Beharrlichkeit auch in kommende Generationen zu tragen.



Anzeige



Mehr Raum für Ihr Kerngeschäft.

Ganzheitliches Facility Management gibt es nur bei uns.



Kreislaufwirtschaft in der Industrie

Der Hamburger Unternehmer im Gespräch mit Alexander Julius

Von Dr. Björn Castan

Wie bist Du Unternehmer geworden?

Familiär bin ich unternehmerisch geprägt: aufgewachsen damit, mich für eine Sache oder ein Produkt mit Leidenschaft zu engagieren – und dies ggf. 24/7. Dies und der Wunsch, frei gestalten zu können, haben mir 1996 zur Unternehmensgründung verholfen.

Welche Geschäftsmodelle verfolgen die von dir gegründeten Unternehmen Macrometal und Envitec?

Mit Macrometal agieren wir als technischer Händler und Lieferant von qualifizierten und durch uns spezifizierten Produkten außereuropäischer Stahlwerke. Hier beliefern und beraten wir Kunden aus u. a. der Automobil-, Verpackungs-, Elektro- und Bausystemindustrie.

Wir komplettieren damit das Angebot europäischer Lieferanten – und dies teils mit einem besseren CO2-Footprint.

Mit der Envitec erfülle ich mir den Traum, die gesamte Wertschöpfungskette abbilden zu können: Die Envitec baut Anlagen zur Verwertung von biologischen Klärschlamm und Gärresten (aus Biogasanlagen) zur Herstellung eines zertifizierten Biodüngers.

Wie gelingt dir die Leitung von zwei Unternehmen organisatorisch?

Organisatorisch gelingt mir die Leitung nur, indem ich konsequent Kompetenzen der Mitarbeiter entwickle – eine Win-Win-Situation, mit der man sich Freiräume schafft und Kolle-



gen motiviert. Schwierig bleibt allerdings die Suche nach Mitarbeitern, die diese Herausforderungen annehmen und bereit sind, Erfahrung zu sammeln und sich Kenntnisse anzueignen, die man größtenteils nur in der Praxis lernt.

Sind wir gesamtwirtschaftlich schon auf einem guten Weg in eine Kreislaufwirtschaft oder noch sehr weit davon entfernt?

Praktisch werden einer möglichen Kreislaufwirtschaft in Deutschland leider immer wieder Steine in den Weg gelegt. Wie in unserem (Problem-)Fall der gültigen Klärschlammverordnung werden Gesetze gern in ein enges Korsett formuliert, das alternative Verfahren und damit auch Innovation ausschließt. Genehmigungsverfahren sind zu zeitintensiv und laufen auch an den globalen Wettbewerbsbedingungen vorbei. Das muss besser werden!



Was fehlt, um eine Kreislaufwirtschaft schneller zu erreichen?

Politische Entscheidungsträger müssen Entscheidungen fällen, die Innovation in der Kreislaufwirtschaft fördern. Wir brauchen mehr Pragmatismus, um innovativen Konzepten eine Wettbewerbschance zu geben. Wenn an Regeln festgehalten wird, die in der heutigen Welt mit veränderten geopolitischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen keine Existenzberichtigung haben, dann scheitern wir – und im Zweifel importieren wir den Wettbewerb aus dem Ausland, wo die Rahmenbedingungen besser sind.

Wie entstehen bei euch neue Ideen? Durch einen strukturierten Prozess oder eher zufällig?

Ideen und Innovationen sind für mich bisher aus den Wünschen unserer Partner entstanden und werden durch externe Faktoren wie Markttrends – Stichwort Nachhaltigkeit – sowie neue Verordnungen & Richtlinien weiter befeuert. Dies gilt für Produkte wie auch für Dienstleistungen. Das ist auch einer der Treiber für mich, den persönlichen Kontakt zu Geschäftspartnern zu fördern. Das Gespräch, der Austausch – für mich aktuell auch durch KI – sind nicht zu ersetzen. Noch nicht!

Worin liegen aktuell eure wichtigsten unternehmerischen Herausforderungen?

Die Bewältigung neuer gesetzlicher Bestimmungen in dem Ausmaß ist definitiv eine Herausforderung. Lass es uns mal positiv sehen: Themen wie der Ukraine-Krieg, der lange ignorierte Klimawandel sowie Menschenrechte erfordern neue und klare Regeln. Ich denke,

jeder geht hier d'accord und möchte sich den Herausforderungen stellen. Aber: Regularien wie CBAM, LkSG sowie bereits genannte Hürden werden teils zu schnell und an der wirtschaftlichen Realität vorbeigeplant, kreieren einen bürokratischen Aufwand, der mittelständische Strukturen belastet und belassen Unsicherheiten sowie Unkenntnis. Letzteres passiert selbst bei den durchzusetzenden behördlichen Stellen.

Machst du dir schon Gedanken über deine Nachfolge?

Aber sicher! Eine Nachfolge aufzubauen nimmt Zeit in Anspruch. Es gehören die passende Chemie zwischen den Akteuren dazu sowie die Fähigkeit, ein Unternehmen zu leiten und weiterzuentwickeln. Das zu finden, benötigt sehr viel Glück und Engagement.

Wie denkst du über die Potenziale der heranwachsenden Generation für das Unternehmertum?

Gibt es „die“ Generation? Meiner Erfahrung nach gibt es in jeder mir bekannten Generation Menschen mit Potenzial. Meine Tochter ist das beste Beispiel dafür, und sie hat mich gelehrt, mit Vorurteilen vorsichtig zu sein.

Hast du eine Empfehlung für ein gutes Buch?

„Eine Frage der Chemie“ von Bonnie Garmus – klug, lustig und tief sinnig!

Vielen Dank für das Interview!

Anzeige


**HAMBURGER
VERSORGENGSWERK**
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

Expertentipps für nachhaltiges Sanieren

Die nachhaltige Sanierung von Immobilien gewinnt immer stärker an Bedeutung. Im Expertengespräch mit Steffen Wüsthof, Firmenkundenleiter der Hamburger Volksbank, gibt es wertvolle Tipps und viele gute Gründe für eine Gesamtenergiebetrachtung. Fazit: Ein strukturierter Sanierungsplan sowie die Nutzung von Fördermitteln führen zum ökologischen und ökonomischen Erfolg.

1) Abreißen oder Sanieren? Die nachhaltige Wahl treffen

Die Entscheidung, ob eine Immobilie abgerissen oder saniert werden soll, hängt von verschiedenen Faktoren ab und ist immer eine Einzelfallentscheidung. Die Faustregel lautet: Wenn sanieren, dann nachhaltig. Und das lohnt in den meisten Fällen: Durch die Reduzierung von Abfall und den Erhalt bestehender Bausubstanz werden wertvolle Ressourcen geschont und CO₂-Emissionen reduziert. Sogenanntes graues CO₂, das beim Neubau durch die Herstellung und den Transport der Baustoffe entsteht, wird vermieden. Sanieren ist zudem oft kostengünstiger.

Durch energetische Verbesserungen können Betriebskosten langfristig reduziert werden.

Eine nachhaltige Sanierung trägt maßgeblich dazu bei, den Wert Ihrer Immobilie über Generationen zu erhalten oder sogar zu steigern, da sie den steigenden gesetzlichen Anforderungen und Standards entspricht.

2) Konkrete Schritte zum nachhaltigen Sanieren

Während in der Vergangenheit nach Defekten oder Verschleiß saniert, renoviert und modernisiert wurde, sollte jetzt eine Gesamtenergiebetrachtung am Anfang Ihrer Sanierungspläne stehen. Durch eine bessere Isolierung, effiziente Heiz- und Kühlsysteme sowie den

Einsatz erneuerbarer Energiequellen lässt sich der Energieverbrauch senken. Verwenden Sie bevorzugt umweltfreundliche, recycelbare oder wiederverwendbare Materialien. Wassersparende Armaturen und Technologien zur Regenwassernutzung können den Wasserverbrauch reduzieren. Sprechen Sie hierüber mit Ihrem Heizungsbauer und Schornsteinfeger im Rahmen routinemäßiger Kontrollen, und vereinbaren Sie ein kostenloses Erstgespräch mit einem Energieberater. Planen Sie langfristig, um häufige Renovierungen zu vermeiden und die Lebensdauer der Immobilie zu verlängern.

3) Erstellung eines Sanierungsfahrplans

Der Sanierungsfahrplan ist entscheidend, um den Prozess strukturiert anzugehen und wird von einem Energieberater erstellt. Der Vorteil: Bereits die Erstellung des Plans wird finanziell gefördert und umfasst eine gründliche Inspektion des Gebäudes, um den Zustand zu bewerten und Schwachstellen zu identifizieren. Es folgt eine Festlegung der Sanierungsziele, wie die Energieeffizienz, den Nutzungskomfort oder ökologische Aspekte. Die Budgetplanung mit Kostenschätzungen für die verschiedenen Maßnahmen und die Festlegung des finanziellen Rahmens sind ebenso wichtig wie die Erstellung eines Zeitplans für die einzelnen Schritte der Sanierung. Binden Sie außerdem frühzeitig Ihre Bank ein, um Finanzierbarkeit zu prüfen. Fragen Sie nach Kooperationen mit Energieberatern, die aktuell stark angefragt sind. Als Hamburger Volksbank bieten wir Unterstützung bei der Terminvermittlung an.

4) Nicht nur für Wohnimmobilien

Innerhalb der letzten fünf Jahre entwickelte sich die energetische Beschaffenheit neben der IT-Infrastruktur zu einem immer wichtigeren Bewertungskriterium für gewerbliche Immobilien. Damit beschränkt sich die Bedeutung von nachhaltigen Sanierungen nicht nur auf Wohnimmobilien. Gewerbliche Immobilien können ebenso von ökologischen und wirt-

Die Experten:



Robert Pilz
Berater Gewerbliche Immobilienkunden



Tim Rosenberg
Gruppenleiter Private Immobilien

schaftlichen Vorteilen profitieren. Energieeffiziente Bürogebäude, Produktionsstätten und Handelsflächen tragen zur Umweltentlastung bei, können die Betriebskosten langfristig senken und verbessern die Unternehmensreputation.

5) Finanzielle Förderungen nutzen

Sowohl auf Landes- als auch auf Bundesebene gibt es eine Vielzahl von Förderprogrammen, die nachhaltige Sanierungen unterstützen. Dazu gehören BAFA-Direktzuschüsse, KfW Kreditmittel und Steueroptimierungen. Eigentümer von Wohnimmobilien können von Programmen wie dem „Hamburg-Zuschuss für energieeffizientes Wohnen“ profitieren. Der Bund bietet Förderungen wie das „Bundesförderprogramm Energieeffizienz“ (BEG), das verschiedene Maßnahmen im Bereich Energieeffizienz und erneuerbare Energien abdeckt. Welche die passenden Programme für Ihre geplanten Maßnahmen sind, ermitteln Sie gemeinsam mit Ihrer Bank und Ihrem Energieberater.

Wichtig: Viele Fördermittel müssen vor dem Start einer Maßnahme beantragt werden.

Warten Sie nicht ab, sondern lassen Sie sich ausführlich von Experten beraten, und profitieren Sie von der derzeitigen Fördermittellandschaft. Durch den aktuell geringeren Neubau entstehen Kapazitäten im Baugewerbe. Die Zeit für nachhaltige Sanierungen ist günstig!



Kontakt

Hamburger Volksbank
Hammerbrookstraße 63 - 65
20097 Hamburg

www.hamburger-volksbank.de



Künstliche Intelligenz:

Regeln für die Wirtschaft von morgen

Dr. Julian Dörr, Niklas König

Ein Beispiel aus nicht allzu ferner Zukunft: Ein Krankenhaus setzt einen Pflegeroboter ein. Dabei erleiden Patienten Schäden aufgrund einer fehlerhaften Künstlichen Intelligenz und schlechtem Trainings des Pflegeroboters. Als Folge erwägen die Patienten, das Krankenhaus zur Rechenschaft zu ziehen. Wer jedoch haftet? Sowohl der Hersteller des Roboters als auch die Klinik könnten für die Schäden der Patienten verantwortlich gemacht werden. Darüber hinaus könnte das Krankenhaus das Unternehmen, das die fehlerhafte KI entwickelt hat, in Regress nehmen. Das Problem: Bisher gibt es keine klaren Regeln zur Haftung für KI-bedingte Schäden in Unternehmen – für die Wirtschaft eine große Quelle von Unsicherheit. Wie aber sollte mit möglichen Ansprüchen auf Entschädigung und Schmerzensgeld umgegangen werden?

DIE FAMILIENUNTERNEHMER haben gemeinsam mit Professor Gerald Spindler von der Universität Göttingen eigene Ansätze für ein kluges KI-Haftungsrecht für Geschäfte zwischen Unternehmen entwickelt. Das Motto: Lieber Haftung als Gebote und Verbote. Damit Deutschland und Europa ganz vorne mit dabei sein können, braucht es eine Rechtsordnung, die Herstellern, Dienstleistern, Verkäufern und Käufern sagt, mit welchen Haftungsgrundlagen und damit Risiken zu rechnen ist.



Eine solche Rechtssicherheit wäre ein positiver Standortfaktor in Europa, in dem die EU derzeit mit dem Entwurf des AI-Acts eher in Richtung Überregulierung dieser Zukunftstechnik tendiert. Eine gute Haftungsregelung aber macht eine zu strenge Vorabregulierung weniger kompliziert oder sogar unnötig. Haftungsübernahmen haben einen disziplinierenden Effekt bei den Herstellern, sichere und vertrauenswürdige KI zu entwickeln, ohne dass Behörden alle denkbaren Schadensszenarien im Voraus ausbuchstabieren müssen. Konkret plädieren DIE FAMILIENUNTERNEHMER für eine „Gefährdungshaftung“, wie sie zum Beispiel aus dem Straßenverkehr bekannt ist. Gemeint ist eine Schadensersatzpflicht, die entsteht, wenn eine Person bei einer zulässigen Handlung unvermeidlich andere gefährdet.

Übertragen auf KI heißt das: Künftig würde ein Geschädigter einen Anbieter in Anspruch nehmen. Schließlich kann der Geschädigte nicht beurteilen, wer wirklich für den Produktfehler verantwortlich ist. Innerhalb der Leistungskette, also etwa zwischen Hersteller und Dienstleister, könnte dann beim tatsächlichen Verursacher der Schaden zurückgefordert werden. Dies würde über Versicherungen geschehen.

Um die Gefährdungshaftung überschaubar zu gestalten und KI-Risiken überhaupt versichern zu können, sind Haftungsgrenzen nötig.

Durch Zertifizierungen könnten zudem geprüfte und zertifizierte KI-Waren dann als frei von einem Produktfehler gelten.

Anzeige



IHRE MEDIAAGENTUR: EIN FAMILIENUNTERNEHMEN.

ALS MEDIAAGENTUR KÜMMERN WIR UNS UM DEN PERFEKTEN MEDIA-MIX IM WEB, IN APPS, IM TV, IM RADIO, AUF AUSSENFLÄCHEN, IM KINO, AUF GOOGLE UND AUF SOCIAL MEDIA. UNSER VERSPRECHEN: MAXIMALE SICHTBARKEIT UND MAXIMALER ERFOLG. LASSEN SIE SICH VON UNS INSPIRIEREN.



SAY HELLO!

TEL. 0511 530 7754 0
INFO@MEDIANEST.DE
MEDIANEST.DE



In dem Gutachten für DIE FAMILIENUNTERNEHMER kommt der Rechtsexperte Professor Spindler zu dem Fazit: Mit Blick auf die Haftung für Schäden durch KI bei Unternehmen kann der deutsche Gesetzgeber tätig werden und nationale Regelungen schaffen. Bislang existierten zwar Entwürfe der EU-Kommission zum KI-Haftungsrecht. Diese betreffen aber ausschließlich Verbraucherrechte. KI hat in Betrieben oft schon Einzug gehalten, wird aber sowohl in der Verbreitung als auch in seiner Qualität noch weiter zunehmen. Ob bei der Steuerung der Produktion, der Bearbeitung von Kundenanfragen oder dem E-Commerce. Der Einsatz umfasst bereits zahlreiche Felder, von intelligenten Spielen über Sprachdienste, medizinische Diagnosen, Auswertungen und Analysen großer Datenmengen bis zu vernetzten autonomen Steuerungen.

In naher Zukunft wird nahezu zu jedes Unternehmen selbst oder im Rahmen seiner Lieferketten wie selbstverständlich KI einsetzen.

In einer aktuellen Studie des Digitalverbands Bitkom befürworteten 73 Prozent der befragten Unternehmen eine ausgewogene KI-Regulierung, sehen in klaren Regeln sogar einen Wettbewerbsvorteil. Aber: Knapp 70 Prozent zögern beim Einsatz aus Angst vor Regelverstößen. Jeder Zweite kritisiert, dass Überregulierung die lokale Entwicklung von KI-Technologien behindere. Bei der Diskussion darf es also nicht in erster Linie um abstrakte Risiken oder Horrorszenarien gehen. Eine angstgetrie-

bene Überregulierung von KI-Anwendungen würde die europäische Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen und nicht dabei helfen, dass die EU zu einem attraktiven Ort für Anbieter Künstlicher Intelligenz wird. Auch Deutschland hinkt bei der Wettbewerbsfähigkeit im KI-Bereich hinterher. Statt eines allein risikozentrierten Diskurses ist eine sachliche, aufgeklärte und auch öffentlich breit geführte Debatte über die Möglichkeiten und Grenzen der Anwendung von Künstlicher Intelligenz gefragt.

Schließlich sind die Chancen zu vielversprechend, um sie liegen zu lassen: Durch KI-hybride Fahrzeugtechniken oder KI-nutzende Maschinen kann zum Beispiel auch die Wohlstandslücke geschlossen werden, die das anstehende Ende des Verbrennermotors mit seinen Folgen für die Maschinenbauer reißen wird. Dazu aber braucht es Investitionen aus aller Welt, und hierfür wiederum praktikable und rechtssichere Vorschriften. Denn nur mit Investitionen in Künstliche Intelligenz kann der Industriestandort Deutschland seinen Platz in den vorderen Reihen halten.

Das Gutachten zur Haftung und Regulierung von Künstlicher Intelligenz auf nationaler Ebene steht hier zum Download bereit:



Anzeige

Deutsche Bank
Unternehmensbank



Nachhaltige Transformation kann nur ein Ziel haben: Erfolg.

#PositiverBeitrag

Nur wer schon heute die Chancen des Umbruchs erkennt, kann als Gewinner daraus hervorgehen. Wirtschaftlicher Erfolg und soziale und ökologische Verantwortung – beides ist untrennbar miteinander verbunden. Damit die Transformation für Sie zum Wettbewerbsvorteil wird, unterstützen wir Sie bei jedem Schritt: mit nachhaltigen Finanzlösungen, Know-how und als Ihre Globale Hausbank. Sprechen Sie jetzt mit uns.

Machen möglich machen. Weltweit und zukunftsorientiert.

deutsche-bank.de/ub/nachhaltigkeit



Alle gleich in der GenZ?

Individualität, Sinnstreben und prägnante Gemeinsamkeiten

Von Janis Wemhöner



Die ganze (Arbeits-)welt redet von der Generation Z, der GenZ. Wer Nachwuchs gewinnen will, muss sich mit ihr auseinandersetzen. Wichtig ist aber auch, den Blick möglichst weit zu halten und rational zu bleiben. Die erste Erkenntnis dabei ist: Nicht alle Vertreter der GenZ teilen dieselben Attribute.

Das Generationenkonzept, die Einteilung von Gesellschaftsgruppen mit bestimmten Merkmalen allein ausgehend von ihrem Geburtsjahr, weist offensichtliche Mängel auf. Die Geburtenjahrgänge zwischen 1996 und 2009, die man allgemein der GenZ zuschreibt, sind eine ausgesprochen heterogene Gruppe. Diese Tatsache lässt sich nicht ohne größte Schwierigkeiten mit der Theorie einer weitestgehend homogen handelnden und denkenden Jugend in Einklang bringen. Das im Hinterkopf zu behalten, ist deshalb wichtig, weil wir sonst allzu sehr dazu neigen, die jungen Berufseinsteiger per se in gewisse Schubladen zu stecken. Nicht jeder Berufsanfänger kann mit dem Begriff Work-Life-Balance etwas anfangen, nicht jeder schaut zuallererst auf seine Freizeit und dann auf die Arbeit. Es gibt sie durchaus, diejenigen, die in ihrer Arbeit in allererster Linie Sinnstiftung sehen und ihr genau deshalb auch gerne nachgehen.

Umso wichtiger ist es auch, dass Firmen die Sinnhaftigkeit ihrer Unternehmung von Anfang an herausstellen. Wenn sie den Wert und die Mission der Arbeit verstehen, erhöht das die Identifikation mit dem Unternehmen enorm.

Denn tatsächlich: Für die meisten Arbeitnehmer ist die simple Rechnung „Zeit gegen Geld“ nicht mehr ausreichend, um sich für einen Arbeitgeber zu entscheiden.

Technologie als Selbstverständlichkeit
Nichtsdestotrotz bringen viele Vertreter dieser Generation eine ganze Reihe von Merkmalen mit, die zu einer nachhaltigen Veränderung der Arbeitswelt führen.

Diese hat sich in den letzten Jahrzehnten immer wieder und stetig gewandelt – und damit einhergehend auch die Erwartungen, Ansichten und Verhaltensweisen der Menschen, die in ihr tätig sind. Tatsächlich zeichnet Berufstätige, die in den 1990er und 2000er Jahren geboren wurden, eine markante Gemeinsamkeit aus: Selten gab es in so kurzer Zeit derart rasante technologische Fortschritte und demzufolge auch soziale Umbrüche. Das macht die GenZ oft lern- und anpassungsfähiger. Sie ist in der Lage, sich schnell an neue Tools und Plattformen anzupassen. Diesen Vorteil können und sollten Unternehmen sich zunutze machen.

So steht bei aller Heterogenität fest: Für die GenZ ist der Umgang mit Technologie keine Fähigkeit, sondern eine Selbstverständlichkeit.

Sie sind echte Digital Natives, die eine Welt ohne Smartphones, Tablets und soziale Medien nicht kennen. Diese Technologieaffinität beeinflusst auch ihr Verhalten am Arbeitsplatz. Reibungslose digitale Arbeitsabläufe sind ein Muss, wenn man im Wettbewerb um die besten Nachwuchskräfte mithalten will. Flexible Arbeitsmodelle wie Remote Work oder hybride Arbeitsstrukturen sind für sie attraktiv, da sie die nötigen technologischen Mittel besitzen, um effektiv von verschiedenen Orten aus zu arbeiten. Allerdings ist das nicht in jedem Unternehmen möglich und sicher nicht für jede Tätigkeit sinnvoll. Für potenzielle Nachwuchskräfte muss klar kommuniziert werden, warum die jeweilige Position genau so zugeschnitten ist und nicht anders.

Kommunikation und Zusammenarbeit

Häufig wird kolportiert, die GenZ hätte aufgrund ihrer Technikaffinität Defizite im direkten Austausch. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass das keineswegs auf alle zutrifft. Ganz im Gegenteil, erlebt man oft, dass trotz der natürlichen Nutzung digitaler Kommunikation,

auch der persönliche Austausch sehr geschätzt wird. In einem kooperativen Umfeld zu arbeiten, in dem Ideen frei fließen und direkt ausgetauscht werden können, ist wichtig.

Besondere Herausforderungen

Die durch den Umgang mit Technologie veränderten Verhaltensweisen am Arbeitsplatz bringen auch besondere Herausforderungen mit sich. Durch Instagram, TikTok und Co. sind viele Vertreter der GenZ es gewohnt, weite Teile ihres Lebens öffentlich zu teilen. Schön und gut, doch problematisch wird es dann, wenn Firmeninterna auch intern bleiben sollen. Das Selfie von der Arbeit ist schnell gemacht und noch schneller online. Aber was, wenn sich auf dem Bild auch Dinge oder Personen befinden, die nicht dafür bestimmt sind, nach außen getragen zu werden? Für eben solche Situationen ist es wichtig, dass Auszubildende und junge Nachwuchskräfte ein Gefühl dafür entwickeln, dass einiges, was für sie in ihrem Alltag selbstverständlich ist, im beruflichen Kontext anders zu bewerten ist. Für alle muss glasklar sein, bei welchen Informationen es sich um Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse handelt. Junge Nachwuchskräfte früh in Sachen Datensensibilität und Datenschutz zu schulen, ist ein Muss.

Aufgeschlossenheit ist das Gebot der Stunde

Für alle Unternehmen ist es wichtig, zu erkennen, dass die Beschäftigung mit der GenZ nur eine Beschäftigung mit Tendenzen ist. Die Eigenschaften eines Menschen hängen immer von viel mehr Faktoren ab als dem zufälligen Geburtsjahr. Jeden Arbeitnehmer als Individuum zu betrachten, seine Schwächen und Stärken abzuwägen, bleibt das erste Ziel. Zwar ist es wesentlich, die Zeichen der Zeit zu erkennen und sich an neue Entwicklungen anzupassen. Doch muss man dabei offen bleiben und darf sich den eigenen Blick nicht verstellen. Sich zu sehr von einer bestimmten Generationenerzählung beeinflussen zu lassen, kann am Ende schädlich sein.



Happy Heartbeat

Gönnen Sie sich Schönes,
das Ihr Herz schneller schlagen lässt -
oder Ihre frohen Momente diskret begleitet.

89,00 €



Die H25 Balad von Fermob

Die mobile, tragbare Lampe – zugleich diskret und farbenfroh, verfügt über einen extra-leichten Polyethylen-Diffusor. Ihr Designer Tristan Lohner hatte sie bewusst auf das neue Bedürfnis nach einer mobilen Lebensweise zugeschnitten. Unser Deko-Tipp? Verleihen Sie ihr einen einfachen Fuß und verwandeln Sie die Lampe im Handumdrehen in eine Outdoor-Stehleuchte!

www.gudewer.com

96.100 €



Range Rover Sport

Von höchster Performance auf der Straße bis hin zur ausgezeichneten Geländegängigkeit - eine Reihe von aufregenden und innovativen Technologien machen den Range Rover Sport zum Inbegriff von sportlichem Luxus.

www.hugopfohe.de

HERZRASEN Gin

Mit HERZRASEN wird das Unmögliche möglich, denn die grüne Seele der Stadt Hamburg lässt sich nun in einem Premium Dry Gin genießen. Gewonnen aus dem frischen Schnitt echter Hamburger Grünflächen, ergänzt der Farbstoff Chlorophyll diesen flüssigen Traum aus 11 fantastischen Gin-Botanicals. Würzig, aber zitronigfrisch – ob als Longdrink oder in klassischen Cocktails: Dieser Gin ist ein Highlight!

www.herz-rasen.info



39,99 €

Ring Sunny Multisize Serafino Consoli

Die Kreationen unserer Schmuckmarke Wempe Classics verbinden zeitlose Eleganz mit luxuriösem Charme. Ob als Geschenk für einen geliebten Menschen oder für sich selbst, jedes der einzelnen Schmuckstücke ist ein strahlender Klassiker für die Ewigkeit.

www.wempe.com



34.800 €

6.100 €



Richard Hennessy

Ausschließlich die seltensten Eaux-de-Vie werden für die Herstellung von Richard Hennessy verwendet. Der künstlerische Dekanter aus Baccarat-Kristall entwarf der weltbekannte Architekt Daniel Libeskind und spiegelt den Charakter des Hennessy Gründers und des Cognacs wider: Visionär, komplex und unverkennbar intensiv. Limitiert und nur auf Anfrage per Mail:

info-wsg@moethennessy.com

Innovativ. Familiär. Hanseatisch.

Ihr Partner für den
Hallenbau.

Spezialist seit 1972



montagebau-hansa.de



HANSA.



Weingut Dr. Bürklin-Wolf

– einer der besten Produzenten der Welt

Von Oliver Burschberg

📷 L. Greiner/Medienagenten



Unternehmerisches Handeln erfordert Weitsicht – die Familie und das gesamte Weingutsteam von Dr. Bürklin-Wolf können mit Stolz auf die bedeutenden Pionierleistungen der letzten 30 Jahre zurückblicken. Seit über 400 Jahren ist Dr. Bürklin-Wolf mit seinen wertvollen Lagen eines der berühmtesten und größten Weingüter in Privatbesitz, doch erst, als die Tochter Bettina Bürklin- v. Guradze im Jahr 1990 das Weingut übernahm und es nachhaltig veränderte, wurde es zu einem der besten Produzenten der Welt. Wie ihr dies gelang, hat sie Oliver Burschberg erzählt.

Das Weingut Dr. Bürklin-Wolf hatte schon eine große Bedeutung im deutschen Weinbau, bevor Sie die Geschicke übernahmen. Sie haben früh zukunftsweisende Veränderungen durchgeführt. Welche waren das genau?

Begonnen hat alles, als ich 1990 mit meinem damaligen Ehemann Christian von Guradze in das elterliche Weingut zurückkehrte. Deutscher Wein war damals mehr als out, und wir mussten uns sehr schnell Gedanken machen,



wohin die Reise dauerhaft gehen sollte. Mit der Einführung der burgundischen Lagenklassifikation im Jahr 1994 und der Umstellung auf den biodynamischen Weinbau wurden die bis zum heutigen Tag wichtigsten zwei Säulen des Weingutes errichtet. Hinzu kam die Aufgabe, ein Team von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen zusammenzustellen, das sich mit unendlicher Freude, Einsatzbereitschaft und mit all seinem Wissen und Können für unser Familienweingut einsetzte. Das Ziel war klar formuliert: die Erzeugung trockener Spitzenrieslinge aus den wertvollsten Lagen Deutschlands.

Soweit ich weiß, hatten Sie einige Ihrer damaligen Rebflächen verkauft oder verpachtet. War es ein klares Ziel, die Mengen zu reduzieren und die Qualitäten zu steigern?

Wir haben von Beginn an den Fokus auf die Erzeugung von Spitzenrieslingen gelegt, und so mussten einige Weinbergsflächen, die hierfür nicht geeignet schienen, verpachtet werden. Das Ziel war von Anfang an so klar qualitätsorientiert definiert, dass die Fläche um ein Drittel und die Menge um zwei Drittel reduziert wurde.

Seit langem darf ich das Weingut als Ihr Vertriebs-Agent begleiten. Ich konnte die Veränderungen bei den vielen Verkostungen mit den Sommeliers förmlich erschmecken. Die wahre Faszination und Qualität trotz des Genusses schon im frühen Stadium zeigen Ihre Rieslinge erst mit einer gewissen Flaschenreife. Gibt es Empfehlungen, wann man Ihre Rieslinge öffnen sollte?

Diese Frage ist komplex und aufgrund der Individualität von Lage, Jahrgang und Qualitätsstufe der einzelnen Weine nicht allgemein zu beantworten. Grundsätzlich gilt, dass unsere Spitzenrieslinge im Grand Cru und Premier Cru-Bereich zum Reifen bestens geeignet sind.

Die Faszination der Reife dieser Weine geht fast bis in das Unendliche.

Unser erster Grand Cru aus der Lage Reiterpfad aus dem Jahrgang 1994 ist heute ein noch fast jugendlicher Wein mit sehr prägnanter Säure. Aber auch die Village-Weine können hervorragend reifen wie beispielsweise der Village „R“ – ein Wein, der erst vier Jahre nach der Ernte in den Verkauf gebracht wird.



Der Keller der Wein-Schätze

Der Autor



Oliver Burschberg ist seit 35 Jahren im internationalen Wein-, Champagner- und Spirituosengeschäft tätig und gründete 2003 seine Weinhandelsagentur „Cabernet & Friends“, die die besten Produzenten aus sämtlichen Weinregionen der Welt im Raum Norddeutschland vertritt. Die Agentur berät und beliefert die Topgastronomie, Groß- und Fachhändler, selbständige Lebensmittel Einzelhändler und Industriekunden.

cabernetandfriends@t-online.de

Durch die unglaublich hohen Bewertungen der GCs, PCs und Ortsweinen in den vergangenen Jahren von den internationalen Weinkritikern Robert Parker, James Suckling und Gault Millau steigt natürlich auch die Nachfrage im Ausland. (Aktuelle Bewertungen des 2022er Jahrgangs vom Riesling-Experten Stuart Pigott, der für James Suckling verkostet: 100/100 Punkte für Ihre GGs Pechstein und Kirchenstück, 99/100 für Ungeheuer in Forst und 97/100 für die Monopollage Gaisböhl aus Ruppertsberg.) Ist Ihr Exportanteil generell gestiegen?



„Die internationalen Bewertungen sind natürlich sehr erfreulich und bestätigen unser ständiges Streben nach höchster Qualität unserer Weine. Dies hilft uns allerdings nicht nur in den Exportmärkten, sondern auch sehr stark im Inland. Der Exportanteil ist mit 25-30 % stabil und fühlt sich für uns gut an.“

Das Weingut Dr. Bürklin-Wolf kann man in Wachenheim an der Weinstraße persönlich erleben. Die neue Vinothek und der anliegende Englische Garten laden im wahrsten Sinne des Wortes zu einem Besuch ein. Wachsen die Besucherzahlen in letzter Zeit, und gibt es eine Empfehlung, wann man die Pfalz am besten besuchen sollte?

Mit dem Umzug unserer Vinothek in unseren Englischen Garten konnten wir ein Paradies für jeden Weinliebhaber schaffen; das Zusammenspiel von Spitzenrieslingen und traumhafter Natur lässt das emotionale Produkt Wein erst richtig zur Entfaltung kommen. Die hochmotivierten, fachkundigen Vinothekare haben große Freude daran, Menschen an diesem Ort glücklich zu machen. Insofern steigen die Besucherzahlen erfreulicherweise jährlich, wobei das großzügige Gelände immer

gemütliche Rückzugsmöglichkeiten bietet und ganz dem Genuss gewidmet ist.

Unser Englischer Landschaftsgarten präsentiert sich das ganze Jahr über eindrucksvoll schön und wird von uns liebevoll gehegt und gepflegt.

Wer sich gerne im Freien aufhält, dem seien die Frühlingsmonate oder der Herbst empfohlen. Ansonsten ist es in unserer Vinothek auch in den Wintermonaten sehr gemütlich.

Sie besitzen Weinlagen in Wachenheim, Forst, Deidesheim und Ruppertsberg. Haben Sie einen persönlichen Liebling oder empfehlen eine Weinlage, die man bei einem Besuch unbedingt sehen sollte?

Das Kirchenstück in Forst als wertvollste Lage ist immer einen Besuch wert und eigentlich ein MUST DO. Hier schlägt das Herz höher – es ist ein sakraler Ort, an dem Spitzenrieslinge der höchsten Kategorie gedeihen!

Liebe Frau Bürklin- von Guradze, ich bedanke mich für das Gespräch und freue mich auf ein gemeinsames Glas Riesling bei Ihrem nächsten Besuch in Hamburg.

Anzeige



Für Hamburg gibt es mehr als 1000 gute Gründer.

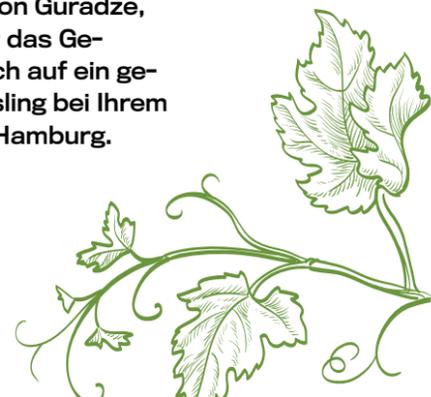
Morgen kann kommen.

Wir machen den Weg frei.

Wir sind für Sie da und begleiten Sie ab dem ersten Schritt ins Geschäftsleben in allen Phasen Ihrer Unternehmensentwicklung.

Jetzt informieren:
www.hamburger-volksbank.de

 **Hamburger Volksbank**



Alles was Recht ist

Juristische Take-aways für Unternehmer

zubereitet von den Anwälten von Brödermann Jahn

01

Urlaubsgeld als betriebliche Übung - trotz Ausschluss im Arbeitsvertrag

(BAG Urteil vom 25.1.2023 - 10 AZR 109/22)

Soll eine betriebliche Übung durch AGB ausgeschlossen werden, ist Umsicht bei der Formulierung gefragt.

Das sagen die Richter:

Leistet ein Arbeitgeber wiederholt und ohne Vorbehalt Sonderzahlungen, wie etwa Urlaubs- oder Weihnachtsgeld, stellt dies eine betriebliche Übung dar. Die betriebliche Übung verpflichtet den Arbeitgeber, die Leistung auch in der Zukunft zu erbringen.

Dies gilt auch dann, wenn der Arbeitgeber sich in dem Arbeitsvertrag vorbehalten hat: „Die Zahlung von Sonderzuwendungen insbesondere von Weihnachts- und/oder Urlaubsgeld liegt im freien Ermessen des Arbeitgebers und begründet keinen Rechtsanspruch für die Zukunft, auch wenn die Zahlung mehrfach und ohne ausdrücklichen Vorbehalt der Freiwilligkeit erfolgt.“ Das Bundesarbeitsgericht (BAG) qualifizierte diese Regelung zunächst als AGB. Weiterhin befand das BAG, die AGB-Klausel lasse den Schluss zu, auch spätere Individualabreden sollten durch diese Klausel ausgeschlossen werden. Dann aber würde die AGB-Klausel den Arbeitnehmer unangemessen benachteiligen und sei daher gemäß § 307 Abs. 1 Satz 1 BGB unwirksam.

02

Negative Zinsen sind auch nur 0% Zinsen

(BGH Urteil vom 09.05.2023 - XI ZR 544/21)

Ein unvorhergesehener negativer Zinssatz im Darlehensvertrag führt grundsätzlich nicht zur Zahlungspflicht des Darlehensgebers.

Das sagen die Richter:

Vereinbaren Darlehensgeber und Darlehensnehmer einen Zins in Abhängigkeit von einem Referenzzinssatz, führt dies nach dem Grundgedanken des § 488 I BGB nicht zur Minderung des Rückzahlungsanspruchs des gewährten Darlehensbetrags, wenn der Zins rechnerisch negativ wird. Denn der "Zins im Rechtssinne bedeutet danach das für die Möglichkeit des Gebrauchs von zeitweilig überlassenem Kapital zu leistende Entgelt, das zeitabhängig, aber zugleich gewinn- und umsatzunabhängig berechnet wird. [...] Nach dieser Definition kann ein Zins – weil ein Entgelt – nicht negativ werden." Fallen die Zinsen ins Negative, erlischt also lediglich der Zinsanspruch des Darlehensgebers. Vorsicht ist daher für Darlehensgeber in Zukunft vor abweichenden Zinsbegriffen in Darlehensverträgen geboten, denn von dieser Definition des Bundesgerichtshofes (BGH) kann individualvertraglich abgewichen werden.

03

Der Geschäftsführer haftet nicht für Kartell-Geldbußen des Unternehmens!

(OLG Düsseldorf, Urteil vom 27.07.2023, Aktenzeichen: VI-6 U 1/22 Kart)

Geschäftsführer haben eine besondere Stellung im Unternehmen. Dies gilt auch für Haftungsfragen. Bezüglich der Haftung für kartellrechtliche Geldbußen des Unternehmens hat das Oberlandesgericht Düsseldorf nun Grenzen gesetzt.

Das sagen die Richter:

Geschäftsführer haften nicht persönlich für die Geldbußen des Unternehmens. Eine Schadensersatzpflicht der Geschäftsführer scheidet nach Auffassung des OLG Düsseldorf in diesem Zusammenhang aus. Bußgelder gegen die handelnde(n) Person(en) und das Unternehmen werden im Kartellrecht gesondert festgesetzt. Diese Wertung dürfe nicht im Wege des Regresses unterlaufen werden. Es gebe für Unternehmen nicht die Möglichkeit, sich in die Haftung ihrer Geschäftsführer zu „flüchten“ und die Sanktionswirkung der Bußgelder faktisch abzuwälzen. Dies gelte erst Recht, wenn eine D&O-Versicherung bestehe. Andernfalls bestehe das Risiko, dass der Zweck der Unternehmensgeldbußen entfalle.

Die Haftung des Geschäftsführers gegenüber Dritten, beispielsweise Kunden, bleibe jedoch bestehen. Das hat das OLG Düsseldorf ausdrücklich festgestellt.

04

INCOTERM „EXW“ als Trojanisches Pferd der Gerichtszuständigkeit

(Italienische Corte Suprema di Cassazione, 02.05.2023, Az.: 11346/2023)

Die Verwendung der Handelsklausel EXW (INCOTERMS), also „Ab Werk“, bestimmt nicht nur, dass die Warenlieferung am Werk des Verkäufers erfüllt wird, sondern auch, dass ein etwaiger Rechtsstreit an diesem Ort zu führen ist

Das sagen die Richter:

Wer im grenzüberschreitenden Handel Gefahrübergang und Transportrisiken regeln will, dem empfiehlt sich die Verwendung der bekannten INCOTERMS. Verwenden die Parteien beispielsweise die Klausel „EXW“, so bestimmen sie damit, dass der Verkäufer die Vertragsware „ab Werk“ bereitzustellen hat und der Käufer für ihren Abtransport verantwortlich ist. So weit, so bekannt. Weniger bekannt ist, was jüngst der italienische Kassationsgerichtshof entschieden hat. Nach ihm kann die Klausel „EXW“ auch den Gerichtsstand für innereuropäische Streitigkeiten im Zusammenhang mit dem internationalen Warenkauf bestimmen – und zwar am Werk des Verkäufers. Relevant ist das zum Beispiel für Zahlungsklagen des Verkäufers, die dann – ohne entsprechende Gerichtsstandsklausel (!) – nicht mehr nur am Sitz des Käufers, sondern zusätzlich auch vor den Heimatgerichten des Verkäufers geführt werden können. Damit befindet sich das höchste italienische Gericht in guter Gesellschaft mit dem Europäischen Gerichtshof und auch dem deutschen Bundesgerichtshof. Beide Gerichte haben zuvor schon ähnlich geurteilt, nicht nur zu „EXW“, sondern auch zur Klausel „DDP“ („geliefert verzollt am Bestimmungsort“, also „frei Haus“). Letztere Klausel führte zu einem zusätzlichen Gerichtsstand am Bestimmungsort der Ware beim Käufer. Daher gilt: Bei der Verwendung von INCOTERMS-Klauseln sollte stets bedacht werden, ob damit auch ein zusätzlicher Gerichtsstand begründet werden kann. Ist dies nicht gewollt, sollten die Parteien dies im Vertrag klarstellen.



05

Stehen Sie noch auf der Gesellschafterliste?

(BGH, Beschluss v. 8.11.2022 – II ZR 91/21)

Der Bundesgerichtshof hat entschieden, dass der Anspruch eines Gesellschafters, mit dem Ziel die Einreichung einer materiell unrichtigen GmbH-Gesellschafterliste zum Handelsregister zu unterlassen bzw. zu korrigieren, grundsätzlich gegen die Gesellschaft zu richten ist.

Das sagen die Richter:

Die Einreichung einer materiell unrichtigen Gesellschafterliste zum Handelsregister beeinträchtigt die gesellschaftsbezogenen Interessen des von der Unrichtigkeit betroffenen Gesellschafters in gravierender Weise: Während der von der Unrichtigkeit betroffene Gesellschafter mangels Legitimationswirkung keine Mitgliedschaftsrechte mehr gegenüber der Gesellschaft wahrnehmen kann, können die übrigen Gesellschafter die Gesellschaft nach ihrem Belieben umgestalten.

Der Bundesgerichtshof hat nun entschieden, dass der Anspruch des betroffenen Gesellschafters gegen die Gesellschaft zu erheben sei. Ein Gesellschaftergeschäftsführer könne nur ausnahmsweise bei Verletzung der gesellschaftlichen Treuepflicht in Anspruch genommen werden.

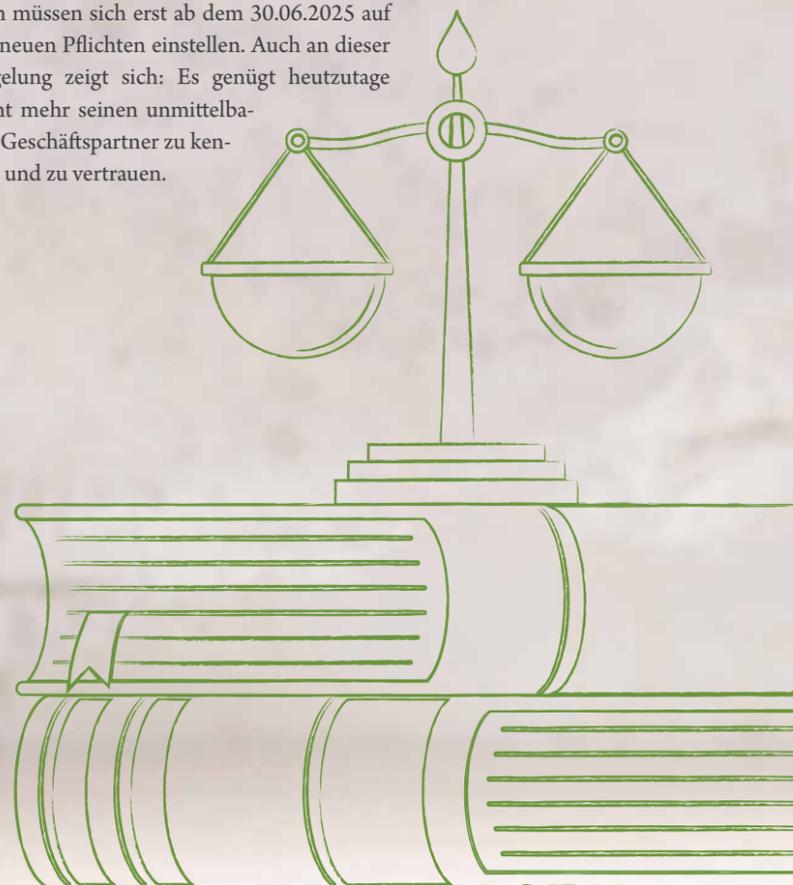
Betroffene Gesellschafter sollten in jedem Fall schnellstmöglich (Eil-)Rechtsschutz einholen, um eine Beeinträchtigung ihrer Mitgliedschaftsrechte zu verhindern!

Neue Gesetze in Sicht!

01

Neues aus Brüssel für die Lieferkette: Schutz dem Wald!

Eine neue Verordnung aus Brüssel verpflichtet Unternehmen sicherzustellen, dass in die EU eingeführte Waren nicht zur Entwaldung in der EU oder anderswo beitragen. Die Verordnung VO (EU) 2023/1115 ist am 31.05.2023 bekannt gemacht worden. Für die Unternehmen sieht die Verordnung eine Frist von 18 Monaten vor. Danach müssen sie nachweisen, dass die importierten Produkte „frei von Entwaldung“ sind. Kleine und Kleinstunternehmen müssen sich erst ab dem 30.06.2025 auf die neuen Pflichten einstellen. Auch an dieser Regelung zeigt sich: Es genügt heutzutage nicht mehr seinen unmittelbaren Geschäftspartner zu kennen und zu vertrauen.



STADT. LAND. FLUSS.



DEFENDER

Eine Legende erfindet sich neu: Robust und leistungsstark mit einzigartigem Design sowie begeisternder Technik. Dank einem permanenten Allradantrieb, zweistufigem Verteilergetriebe und einer intelligenten Leichtbauweise ist für den Defender keine Herausforderung zu groß und kein Gelände unüberwindbar. Egal, welche Form, Größe und Karosseriedesign – Qualität und Stil sind in einem Defender serienmäßig, zudem bietet er ein hohes Maß an Komfort - wie ein Wohnzimmer, das man überallhin mitnehmen kann. Eine Ikone – für die Zukunft neu erfunden. Und doch unverkennbar ein Defender.

Weitere Informationen erfahren Sie bei uns im Haus. Wir freuen uns auf Sie!



Michael Mori

Verkäufer

Telefon:
(040) 500 60 - 511

E-Mail:
m.mori@hugopfohe.de

„Ich war ein Junkie. Und BILD meine Droge.“

Kai Diekmann

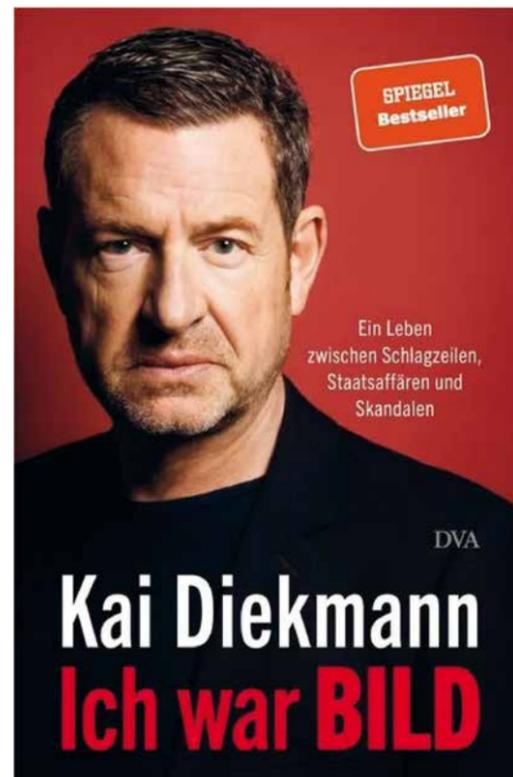
16 Jahre lang hat der Chefredakteur der BILD bestimmt, worüber Deutschland spricht – jetzt spricht er erstmals selbst

Als am längsten amtierender Chefredakteur der BILD-Zeitung setzte Kai Diekmann Tag für Tag die Themen, die das Land bewegten. Die Mächtigen der Republik gaben sich in seiner Redaktion die Klinke in die Hand, vertrauten sich ihm an, stachen Staatsgeheimnisse zu ihm durch – oder redeten sich auf seiner Mailbox um Kopf und Kragen. Von Boulevard bis Staatsaffäre: Kai Diekmann wusste immer, wo in den Ereignissen die Schlagzeile für die nächste Ausgabe zu finden war. In Ich war BILD erzählt er die Geschichten hinter diesen Schlagzeilen – und wie sie ihn und die Republik verändert haben.

In Ich war BILD gibt Kai Diekmann exklusive Einblicke hinter die Kulissen von Europas auflagenstärkster Boulevardzeitung. Er erzählt vom legendären Telefonanruf Wulffs und dessen langem und tiefen Fall, von Putins Badehose und Erdogans Ausfälligkeiten, von der tiefen Freundschaft zu Helmut Kohl und den mit Hingabe ausgetragenen Feindseligkeiten mit Schröder und der linken taz, von der Abhöraffaire Wallraff und dem einzigen Interview, das Trump je einem deutschen Journalisten gab.

Als Macher und Blattmacher erzeugte Diekmann jede Menge Gegenwind:

Er schmeichelte, lobte, umgarnte, kritisierte und vernichtete, er pflegte überraschende Freundschaften und tiefe Feindschaften – und aus dem einen wurde manchmal auch das



andere. Über Jahrzehnte hat er Begegnungen und Ereignisse dokumentiert, Tagebuch geführt, Gesprächsnotizen angefertigt, Briefe und E-Mails aufbewahrt – ein privates Archiv voller Aufzeichnungen und Dokumente, die dieses Buch erstmals zugänglich macht.

Ich war BILD ist eine überraschend andere Geschichte der Berliner Republik, eine rasante Erzählung voller Enthüllungen, auf der Basis bislang unbekannter Quellen, üppig illustriert mit noch nie gesehenen Fotos und Dokumenten.

Autor: Kai Diekmann
Verlag: DVA
Preis: 34,00 Euro

ISBN: 978-3-421-07013-5



Anzeige



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

Unser Gastro-Tipp

Fine Dining mit Alsterblick

Grill Royal Hamburg

Das für seine Promi-Dichte bekannte Lokal „Grill Royal“ aus der Hauptstadt hat vor kurzem eine Dependence in der Hamburger Innenstadt eröffnet. Den Inhabern, Stephan Landwehr, Frederik Schade sowie dem Winzer und Sternegastronom Fritz Keller ist es in erster Lage am Ballindamm gelungen, nach einjährigen aufwendigen Umbauarbeiten einen geschmackvollen Wohlfühlort mit Blick auf die Binnenalster zu gestalten. Das mit moderner Kunst gespickte Restaurant bietet 200 Sitzplätze auf drei unterschiedlichen, großzügig konzipierten Ebenen. Das Ambiente strahlt maximale Offenheit aus, wenn man den Weg durch das Restaurant Richtung Private-Dining-Room, vorbei an der offenen Küche und den offenen Kühlschränken, in denen das Fleisch reift und das Gemüse lagert, durchschreitet.

Küchenchef Oliver Pfahler, Sterne dekoriert durch seine vorherigen Stationen, verwöhnt seine Gäste mit einem raffinierten Mix aus lokalen und internationalen Spezialitäten aus

hochwertigen Zutaten, die er bevorzugt lokal und regional bezieht, wie den Helgoländer Hummer oder das Deichrind aus Mecklenburg-Vorpommern. Auf der Hamburger Speisekarte findet sich mehr Seafood als in Berlin – diese und andere Freiheiten hat man dem sympathischen Küchenchef in der Hafenstadt selbstverständlich gegeben. Sommelier Marvin Brinkmann verwaltet mit viel Herzblut 700 Etiketten und versucht, auch unbekannte Weingüter und das Thema „Nachhaltigkeit“ in seiner Auswahl zu berücksichtigen.

Die ersten Wochen nach der Eröffnung sprechen dafür, dass das Hamburger „Grill Royal“ auf dem eigenen, hanseatisch-unaufgeregten Weg ist, ebenso eine Institution wie das Berliner „Original“ zu werden.

Öffnungszeiten:
Täglich ab 18.00 Uhr

Grill Royal Hamburg
Ballindamm 17
20095 Hamburg

Telefon: +49 40 22 89 97 77
E-Mail: office@grillroyal-hamburg.de



Anzeige

WE LOVE DINNER



Wir gratulieren
der SUND Group zur
Auszeichnung
**FAMILIENUNTERNEHMER
DES JAHRES 2023!**

Karies ohne Bohren stoppen? Klingt gut.

Auch wenn die Angst vor dem Zahnarztstuhl oft unbegründet ist, ist sie nicht gleich verschwunden. Wir von DMG geben unser Bestes, Zahnärzten und Patienten alternative Behandlungschancen zu eröffnen. Zum Beispiel mit neuen, schonenden Therapielösungen wie der Kariesinfiltration. Für eine frühzeitige Behandlung beginnender Karies – ohne Bohrer!

Fragen Sie in Ihrer Praxis nach der Infiltrationsbehandlung mit **Icon**. Von **DMG**.

Mehr Infos auf: bohren-nein-danke.de

Zusammen ein Lächeln voraus. 



Ian Kiru
Karan

Mit Blick auf Ihre eigene Vita – was raten Sie Berufseinsteigern?

Wer durchstarten will, muss Ehrgeiz in sich tragen – ohne den geht gar nichts! Dann braucht es eine gute Idee, die man vorantreiben will. Wenn außerdem der Wille dazu kommt, das Ganze mit Beharrlichkeit zu verfolgen, stellt sich auch Erfolg ein. Rückschläge gehören dazu, das ist des Kaufmanns Los – Tide und Ebbe. Damit muss man lernen zu leben.

Wie sehen Sie die Zukunft für den Hafen-Standort Hamburg?

Soll er nicht untergehen, müssen wir neu denken: Hamburg muss ein Universal-Hafen bleiben, sich aber auch vom klassischen Umschlaghafen hin auch in andere affine Industrien entwickeln – und das ganz schnell, sonst verlieren wir diesen wertvollen Hafen mit seinen Umsätzen und den Steuereinnahmen. Es bedarf eines hafens- und industriepolitischen Gesamtkonzepts.

Wie sehen Sie rückblickend Ihren Ausflug in die Politik? Und würden Sie ihn anderen Unternehmern empfehlen?

Wer ist Ian Kiru Karan?

Ian Kiru Karan, geboren 1939 auf Sri Lanka, wuchs als Waisenkind auf und kam Mitte der 50er dank eines Sportstipendiums nach England an die London School of Economics. 1970 zog er nach Hamburg, wo er kurzzeitig als Tellerwäscher arbeitete, bevor er sein erstes Container-Unternehmen gründete. Zwischen 2010 und 2011 war er Senator für Wirtschaft und Arbeit in Hamburg. Heute beteiligt er sich als Mäzen an Sport- und Kulturförderung. Seine Karan-Stiftung setzt sich für die Förderung der Bildung von Jugendlichen und für Integration ein. Karan hat vier eigene Kinder.

Als Quereinsteiger beherrscht man das Politik-Handwerk nicht. Außerdem ist man nicht in einer Parteistruktur verankert, die einem bei schwierigen Entscheidungen hilft. Sie sind Einzelkämpfer – das ist nicht immer angenehm. Trotzdem müssen wir Unternehmer animieren, genau das zu tun – als Dienst an der Stadt. Allerdings sind aktive Unternehmer mit ihrer eigenen Firma beschäftigt, daher wird es nicht leicht, sie dafür zu begeistern.

Was ist für Sie aktuell die vordringlichste politische Aufgabe, um die Hansestadt zukunftsfähig zu machen?

Es wirkt, als sei der Tanker Hamburg momentan führungslos. Angefangen damit, dass wir nicht an die Menschen denken, die wir so dringend brauchen: Polizisten, Feuerwehrmänner, Pflegekräfte! All diese Menschen, die unser Leben angenehm und sicher machen, können sich ein Leben in der Stadt nicht mehr leisten. Sie verdienen zu wenig Geld. Dann kommt das große Thema der inneren Sicherheit. Instanzen wie die Polizei werden an vielen Stellen nicht mehr respektiert. Und was ist mit Energiesicherheit? Ich weiß nicht, ob es so klug war, die Atomkraftwerke abzuschalten. Wir kaufen heute Atomstrom aus Belgien und Frankreich, obwohl deren Atomtechnik lange nicht so gut ist wie deutsche Technologie. Aber wir müssen die Energiesicherheit für unsere Industrie garantieren, sonst wandert sie ab.

Geht es vor allem um Respekt, innere Sicherheit, Wohnungsbau und Energiesicherheit?

Ganz genau! Aber wir müssen auch insgesamt schneller werden in unseren Entscheidungsfindungen, die Bürokratie reformieren, die Digitalisierung vorantreiben. Tun wir das nicht, fallen wir hinter China und Indien ab. Wollen wir uns unseren Status erhalten, müssen wir unsere Denkweise vollkommen umkrempeln. Aber eines weiß ich sicher: Die Deutschen sind in der Lage, intelligente Lösungen zu finden und durchzusetzen – da habe ich große Hoffnung!

Anzeige

NORD EVENT



**DIE BESTEN
LOCATIONS DER STADT**

Infos unter 040 2000 64-0 oder auf nordevent.de

VLET

VLET-Genusswelt
Kulinarik im Herzen von Hamburg

Entdecken Sie die Genuss-Vielfalt unserer Lieblingsstadt: Wir nehmen Sie mit auf eine kulinarische Reise von international-hanseatischer Küche am Jungfernstieg bis hin zu modern interpretierten Hamburger Klassikern inmitten der Speicherstadt.

Raffiniert, regional, mit Liebe zum Detail.

vlet.de



Fa(I)ke News

Von Falk Röbbelen

Da fühle ich mich mitten im Leben und plötzlich wird mir klar, dass bereits drei Generationen nach mir existieren – und ich bin noch nicht einmal Großvater. Aber neben der ganz jungen Generation Alpha (geboren ab ca. 2011) sind nach mir bereits die Generation Z (geboren zwischen 1996 und 2010) und die Generation Y oder auch Millennials (1981 bis 1995) entstanden.

Wie vermutlich viele der Leser gehöre auch ich zu der Generation X und bin damit quasi ein Sandwich – also zwischen den Welten „analog“ und „digital“, zwischen „viel Konsum“ und „wenig Protest“, zwischen großen Themen wie „Rassismus“ oder „Umwelt“, die zwar diskutiert aber nicht gelöst wurden. Über uns wurde sogar ein Roman geschrieben: „Generation X“ von Douglas Coupland aus dem Jahr 1991 – aber irgendwie sind wir schwer greifbar. So wird uns vorgeworfen, wir seien eher unpolitisch bis hin zu verwehrlos, da deutlich häufiger beide Elternteile arbeiteten und wir mehr MTV sahen, bis hin zur Wohlstandsgesellschaft, die „mit 30 stirbt, um mit 70 begraben zu werden“. Auf der anderen Seite wurde uns zugutegehalten, dass wir uns mit weniger ökonomischer Sicherheit und den ökologischen Sünden der Vorgängergeneration zu kämpfen hatten ...

Immer wieder erstaunlich, wie sich die Vorwürfe und Einschätzungen über die nächsten Generationen wiederholen. Und doch war nicht alles schlecht, was wir bewirkt haben. Dennoch kommen auch wir um die Frage nicht herum: „Wann können bzw. wollen Sie aufhören zu arbeiten, und wann wollen Sie

– und schätzen Sie sich glücklich, dass Sie überhaupt darüber nachdenken dürfen – Ihre Firma an die nächste Generation übergeben? Und an welche Generation?“

Meine Empfehlung wäre: Machen Sie das, bevor Ihnen erste Vorboten von Ageism entgegenschwappen! Das kennen Sie gar nicht? Noch nicht! Denn wenn Sie bisher hoffentlich weder von Rassismus noch von Sexismus belästigt wurden, kann es Ihnen bereits vor dem Duzi-Duzi-Ton im Altersheim passieren, dass Sie aufgrund Ihres Alters diskriminiert werden. Wenn Ihnen also beim nächsten Geburtstag wieder mit den Worten gratuliert wird: „Nun siehst Du endlich auch so alt aus, wie Du bist!“, antworten Sie doch einfach, Ihre „kristalline Intelligenz“ helfe Ihnen, Ihre „Emotionsregulation“ zu erspüren. Psychologen und Altersforscher sagen, dass diese Kombination das Altern erleichtere.

Ein Wissens- und Erfahrungszuwachs, der Ihnen Offenheit bringt, um die Dinge zu durchschauen und angemessen mit Gefühlen umzugehen.

Und dennoch sollten Sie sich mental darauf einrichten, dass Menschen zukünftig nach ihrem Namen und ihrem Geschlecht auch das Alter ändern wollen. Das ist klar, wenn sie als 70-Jähriger das neue Vierzig spüren oder seit den 90er Jahren das Gefühl haben, sie seien im Körper eines 19-Jährigen gefangen, dann wollen sie auch dessen Vorteile genießen, z. B. bei der Kreditvergabe nach Basel II. Dabei sollten Sie wissen, dass die Lebenszufriedenheitskurve umgekehrt proportional zur körperlichen Entwicklung wieder ansteigt. Es genügt bereits, wenn Sie sich reicher als Ihre Umgebung und jünger als Ihre Umgebung fühlen. Das macht Sie nicht nur zufriedener, sondern auch freier. Wenn Sie das nutzen, um die nächste Generation zu empowern und für sich noch etwas Sinnstiftendes zu finden, das hoffentlich nicht im Geldverdienen bestehen muss, dann haben Sie vieles richtig gemacht – jedenfalls im Zweifel deutlich mehr als Ihre Umgebung. Glückwunsch!

In diesem Sinne: Bleiben Sie neugierig!



Traqfähig?

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
Regionalvorsitzender – Gordian Madsen
CLAYM+ Schadenmanagement
GmbH & Co. KG
Hindenburgstrasse 167, 22297 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 Wetttern, 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: 4.500 Exemplare,
unentgeltliches Mitgliedermagazin

Druck & Versand:

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

Nächster Redaktionsschluss:

03. November 2023

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 abonnieren (für Gäste, Medien & Politik): widerruf@familienunternehmer.eu oder per Post (Charlottenstraße 24, 10117 Berlin). Für Mitglieder ist der Bezug des Magazins in der Mitgliedschaft enthalten.

Erscheinungsweise: 4x jährlich





*Der neue Grecale Trofeo.
Außergewöhnlich, jeden Tag*

ENTDECKEN SIE DEN NEUEN
MASERATI GRECALE TROFEO MIT 390 KW (530 PS).

AUTOHAUS GÜNTHER GMBH
Wendenstraße 249 · 20537 Hamburg
www.maserati-in-hamburg.de

Salzufer 8 · 10587 Berlin
www.maserati-in-berlin.de

Hanauer Landstraße 196 · 60314 Frankfurt a. M.
www.maserati-in-frankfurt.de



Maserati

AUTOHAUS GÜNTHER GMBH

Grecale Trofeo Kraftstoffverbrauch (WLTP) in l/100 km: kombiniert 11,2; innerstädtisch 17,4; Stadtrand 11,6; Landstraße 9,3; Autobahn 10,3; CO₂-Emission in g/km: kombiniert 254