

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Micha Grüber

1Komma5° – ein Transformator
der Energiewirtschaft



„Viele Gründe für Zuversicht“

Neujahrsempfang im Marriott –
mit Mut und Unternehmergeist

Norddeutscher

Unternehmerball 2024

Das Hotel Atlantic bebtel!

Transformation

Nr. 1

2024

THROUGH HELL AND HIGH WATER

RANGE ROVER
SPORT

(A) Mtl. für
€ 884,-*

Santorini Black Metallic oder Dach in Kontrastfarbe

(B) Mtl. für
€ 996,-*

Santorini Black Metallic oder Dach in Kontrastfarbe
Winter-Paket (Frontscheibe, Scheibenwaschdüsen und Lenkrad beheizbar)
21" Leichtmetallräder 5 Doppelspeichen Style 5126 S.D.G
Panoramaschiebedach mit elektrischer Sonnenblende

Kilometer-Leasing:
48 Monate, 10.000 km p.a.

Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen (WLTP jeweils max. kombiniert): 7,7 l/100 km; 211 g/km

*Monatliche Leasingrate Range Rover Sport D250 AWD SE Ingenium 3.0 Liter 6-Zylinder MHEV Twinturbo-Diesel mit 183 kW (250 PS), 8-Gang-Automatikgetriebe: Gesamtfahrzeugpreis: (A) 97.302,- EUR / (B) 100.662,- EUR, Leasingsonderzahlung: 6.000,- EUR, Leasinglaufzeit: 48 Monate, Gesamtfahrleistung: 40.000 km, Gesamtbetrag: (A) 48.432,- EUR / (B) 53.808,- EUR. Ein unverbindliches Leasingbeispiel mit Kilometerabrechnung (Mehr-km 16,76 ct, Minder-km 7,69 ct) für Privatkunden der Arval Deutschland GmbH, Bajuwarenring 5, 82041 Oberhaching. Alle Preise verstehen sich inkl. 19% MwSt. Kaufpreis zzgl. 1.490,- EUR Bereitstellungs- und Zulassungskosten. Die Kalkulation stellt zugleich ein repräsentatives Beispiel im Sinne des §6a PAngV dar. Verbrauchern steht ein Widerrufsrecht nach §495 BGB zu. Beispielhafte Abbildung eines Fahrzeugs der Baureihe. Die Ausstattungsmerkmale des abgebildeten Fahrzeugs sind nicht Bestandteil des Angebotes. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.



Sven Asmus

(040) 500 60 - 563
s.asmus@hugopfohe.de

Hugo Pfohe GmbH
Hindenburgstraße 167
22297 Hamburg

Hauptsitz:
Alsterkrugchaussee 355
2335 Hamburg.

HUGO PFOHE
VAN MOSSEL AUTOMOTIVE GROUP

WWW.HUGOPFOHE.DE

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

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

Transformation beschreibt in der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre den Prozess der wesentlichen Zustandsänderung vom aktuellen Ist-Zustand zu einem angestrebten Ziel. Und wer kennt den folgenden Satz nicht: „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit!“ Transformation ist unter diesem Aspekt also überlebenswichtig, und diese Ausgabe widmet sich diesem Thema aus unterschiedlichsten Perspektiven.

Sich Ziele zu setzen, ist in der DNA des Unternehmertums ohnehin fest verankert. Um andere Menschen von einer Idee begeistern und mitreißen zu können, bedarf es vor allem einer Zukunftsvision. Welche Produkte und welche Dienstleistungen haben in der Zukunft überhaupt einen Markt? Was wünschen sich Kunden? Welche Bedürfnisse kann man wecken? Mit welchen neuen Ideen schafft man Nachfrage? Gibt es Märkte, die wir noch gar nicht kennen oder gar bedienen? Innovation ist hier eine elementare unternehmerische Triebfeder für dauerhafte Veränderungen. Man könnte auch schlicht sagen: „Transformation durch Innovation!“ Transformation erfüllt nämlich keinen Selbstzweck und kann auch nicht „par ordre du mufti“ verordnet werden. In der politischen Landschaft scheint diese Erkenntnis leider sehr langsam zu reifen. In welchem Deutschland wollen wir eigentlich leben? Uns allen klingelt noch die absurde Insolvenz-

Theorie vom Wirtschaftsminister Habeck aus dem Jahr 2022 in den Ohren: „Das sehen wir ja jetzt überall, dass Läden, die darauf angewiesen sind, dass die Menschen Geld ausgeben [...], dass die wirkliche Probleme haben, weil es eine Kaufzurückhaltung gibt. Und dann sind die nicht automatisch insolvent, aber sie hören vielleicht auf, zu verkaufen.“ Uns fällt da eher der Satz des sozialdemokratischen Ökonomeprofessors Karl Schiller Ende 1966 ein: „Die Pferde müssen wieder saufen.“ Damit spielte er auf den ebenfalls bekannten Satz des britischen Ökonomen Maynard Keynes an: „Man kann die Pferde zur Tränke führen, saufen müssen sie aber selber.“

Insofern ist auch die ehrbare Absicht, das Weltklima zu retten, vor allem dem Irrglauben ausgesetzt, dieses national gegen die deutsche Wirtschaft anstatt international gemeinsam mit der deutschen Wirtschaft zu bewerkstelligen. Deutschlands Unternehmen können eine Schlüsselrolle einnehmen, wenn nachhaltiges Wirtschaften erfolgreich ist und damit ein Exportschlager wird. Dafür müssen wir aber zwingend erfolgreich sein – nur so gewinnen wir andere dafür, uns nachzueifern.

Sicherlich ist Innovation bei Gründern stärker ausgeprägt als bei etablierten Unternehmen, die sich in ihrem Marktumfeld etabliert haben und somit häufig im alten Fahrwasser verweilen. Unsere Titelstory zeigt, wie eine klare Zukunftsvision enorme unternehmerische Kräfte freisetzt.

Transformation funktioniert nicht par ordre du mufti, sondern durch unternehmerischen Freigeist!

Mögen Sie mit dieser Ausgabe Inspiration für eine positive Transformation gewinnen – viel Spaß beim Lesen

- Malte Wettern & David Friedemann



- Die Familienunternehmer - Metropolregion Hamburg
- DieJungenUnternehmerHamburg
hamburg.familienunternehmer.eu
- diejungenunternehmerhamburg
familienunternehmer_hh

Anzeige



David Friedemann
DIE JUNGEN UNTERNEHMER

Malte Wettern
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Veranstaltungen

- 10 Neujahrsempfang 2024
- 16 Zukunft der Sozialen Marktwirtschaft
- 20 Unternehmertreff in Neumünster
- 22 Defender Day auf Gut Basthorst
- 26 Norddeutscher Unternehmertreff
- 46 Kabinengespräche - Jaguar Land Rover



Politik & Gesellschaft

- Statements der Regionalvorsitzenden 8
- Vorstandswahl der Familienunternehmer 50
- A20 - Aufklärungskampagne 54
- Südstory - Thomas Hoppe im Interview 58
- Hamburg 2040 - IHK-Konzept Innenstadt 66
- Glosse - Fa(I)ke News 90

Unternehmertum

- 36 wordinc - Christina Wöhlke
- 52 MaterialsX - Henning Fehrmann
- 62 Buhck Gruppe - Dr. Henner Buhck



Micha Grüber



Titelstory

Micha Grüber im Interview 40

Kunst, Trends & Style

Ateliervespräch - Jan-Holger Mauss 70
Frühblüher Produkttipps 78

Wissenswertes

- 68 Hirn-Transformation mit Gefühl
- 74 Wüsthofs Finanztalk
- 76 Lernkultur als Transformationsfaktor
- 84 Alles was Recht ist



Rubriken

Nachgedacht über Transformation 6
Klein & fein - Klein aber 34
Winzerfamilie - J. von Gleichenstein 80
Unser Buchtipps 88
Nachgefragt - Isabel Emilia Edvardsson 92
Unser Gastro-Tipp 94

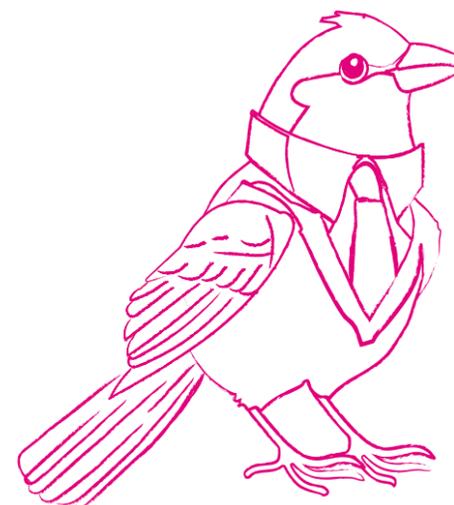
Welche darf's denn dieses Jahr sein?

Von Dr. Björn Castan

Die Studie „Transformation Champions“ von Deloitte kommt zu dem Ergebnis, dass in den letzten zehn Jahren 85 % der Unternehmen mehr als eine Transformation durchlaufen haben, wobei nur 30 % der Transformationsprozesse zum gewünschten Ergebnis führten. Echte Transformation gelingt offenbar selten. Überrascht uns dieses Ergebnis? Eher nicht. Transformation bedeutet, auf dem Weg von einem Start-Istzustand zu einem erwünschten neuen Zustand Veränderungen zu realisieren. Im Gegensatz zu Change-Prozessen, die nur Einzelteile oder Einzelprozesse in Unternehmen betreffen, verändern Transformationen das gesamte Unternehmen im Kern. Veränderungen haben viele Menschen aber nicht gerne. Daher entstehen Widerstände, die Transformationsprozesse behindern.

Wir haben es als Unternehmer auch nicht ganz leicht mit der Flut von Transformationsoptionen, die uns von unterschiedlichen Seiten angeraten werden. Wohin wollen wir unsere Unternehmen denn transformieren?

- Von der analogen zur digitalen Organisation?
- Von out of time zu just in time?
- Die Kommunikation von freier Schnauze zu politisch und gendergerecht korrekt?
- Vom Umweltsünder zum Nachhaltigkeitsvorbild?
- Von Old Work zu New Work?
- Von einer unbeweglichen zu einer agilen Organisation?
- Vom Shareholder Value zum Purpose orientierten Unternehmen?
- Von menschlicher zu künstlicher Intelligenz?



Wir haben die Wahl! Aber warum sollen wir unsere Unternehmen eigentlich transformieren?

„Es ist nicht die stärkste Spezies – und auch nicht die intelligenteste –, die überlebt: Es ist diejenige, die sich am besten an Veränderungen anpassen kann“, stellte Charles Darwin fest.

Die Ursache für die Notwendigkeit von Transformationen liegt also in sich verändernden Rahmenbedingungen. Dazu zählen erstens Änderungen von Kundenbedürfnissen und zweitens Änderungen von Mitarbeiterbedürfnissen.

Wichtig erscheint mir, zu betonen, dass Transformation kein Selbstzweck ist, sondern eine klare Zielsetzung verfolgen sollte wie z. B. ein verbessertes Kundenerlebnis oder eine Steigerung der Arbeitgeberattraktivität. Deloitte hat in der oben genannten Studie herausgefunden, dass die Erfolgswahrscheinlichkeit von Transformationsprozessen erheblich steigt, wenn sie durch veränderte Kundenbedürfnisse ausgelöst wird und sich die transformierte Organisation konsequent an den neuen Kundenbedürfnissen orientiert.

Wenn beispielsweise im Rahmen eines digitalen Transformationsprozesses der Kundenservice an Sprach- oder Chatbots übertragen wird, können vielleicht Effizienzsteigerungen realisiert werden. Wenn Sie auf der Seite des Kunden jedoch mit diesen Segnungen der Digitalisierung Erfahrungen sammeln durften, werden Sie voraussichtlich bestreiten, dass Bots heute schon in der Lage sind, Kundenerlebnisse zu verbessern. „Bitte geben Sie jetzt Ihre 18-stellige Kundennummer gefolgt von der Raute-Taste ein!“ „Danke! Und bitte geben Sie jetzt Ihren dreistelligen Zugangscode ein!“ – „Jetzt benötigen wir nur noch Ihr Geburtsdatum, Ihren Hochzeitstag und die Schuhgröße Ihrer Schwiegermutter – und schon dürfen Sie uns Ihr Anliegen mitteilen!“ Nerven aus Stahl sind gefragt, wenn man es als Kunde mit den digitalen Service-Bots aufnehmen möchte – von einem verbesserten Kundenerlebnis keine Spur!

Zweitens möchten Sie wahrscheinlich auch in Zukunft gute Mitarbeiter gewinnen. Um ein attraktiver Arbeitgeber der Zukunft zu sein, erscheinen Transformationen zu mehr Purpose, New Work, Agilität und Nachhaltigkeit als relevante Faktoren.

Wenn wir über die Notwendigkeit zur Transformation unserer Unternehmen sprechen, denken wir oft an einen Endzustand, der durch einen transformatorischen Prozess erreicht werden soll. Mir scheint es aber wichtiger zu sein, Transformation als einen langfristigen Prozess zu verstehen, den es zu gestalten gilt. Am Beispiel der Digitalisierung wird deutlich, dass es einen festen Endzustand einer Transformation nicht gibt, da immer wieder neue digitale Möglichkeiten entstehen werden, um Prozesse zu verbessern. Stellen wir uns also auf einen Marathon mit zahlreichen Zwischensprints ein, wenn wir uns auf transformative Wege begeben!

Wenn wir erkannt haben, dass wir unsere Unternehmen aufgrund veränderter Rahmenbedingungen transformieren müssen, hilft vielleicht das folgende Zitat von Gerhard Kocher:

„Wer im Paradies lebt, will nichts ändern. Wer aber nichts ändern will, lebt bald nicht mehr im Paradies.“

Herzlichst
Ihr
Björn Castan

Wie denken Sie über Transformationen?

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

Der
Autor



Dr. Björn Castan



Statements

von Gordian Madsen
und Andreas Fischer-Appelt

📷 Marc Schultz-Coulon

Unter Federführung von Anjes Tjarks wurde und wird das Hamburger Straßennetz im Zuge einer angestrebten Mobilitätswende maßgeblich transformiert. Wie bewerten Sie die Folgen für Unternehmen und Mitarbeiter?

Gordian Madsen: Die Transformation des Hamburger Straßennetzes unter Anjes Tjarks birgt bedeutende Herausforderungen und ist aus meiner Sicht mangelhaft umgesetzt! Zuallererst sehe ich Verkehrsbehinderungen und Schäden für die Wirtschaft. Die Verkehrsneugestaltung führt zu immensen Staus und Logistikproblemen, und das wiederum bringt höhere Kosten und Wettbewerbsnachteile für Unternehmen. Hamburg war im Jahr 2023 erneut Stau-Hochburg Deutschlands!

Der Ausbau des ÖPNV ist wunderbar, aber die Reduzierung des Individualverkehrs benachteiligt Autofahrer insbesondere in Gegenden mit schlechter öffentlicher Verkehrsanbindung. Für mich ist die Planung mangelhaft. Die Umgestaltung ist unzureichend durchdacht, weil sie eben nicht alle Verkehrsteilnehmer gleich berücksichtigt. Mein größtes Problem ist allerdings die fehlende Mitsprache von Unternehmen und ihren Mitarbeitern. Diese wurden nicht angemessen einbezogen, und so schafft die Politik wieder einmal Lösungen, die zu praxisfern sind.

Kurz gesagt: Die Mobilitätswende unter Anjes Tjarks mag umweltfreundliche Ziele verfolgen, aber sie birgt Risiken für die Wirtschaft und den Alltag der Menschen, die mehr Beachtung verdienen.

Andreas Fischer-Appelt: Die Transformation ist in vollem Gange und wird uns noch die nächsten Jahre beschäftigen. Ich habe den Verdacht, Senator Tjarks' größter Wunsch ist es, die Zahl der Autos in Hamburg deutlich zu reduzieren. Fakt ist, dass Autofahren in Hamburg immer teurer wird.

Fakt ist auch, dass der Ausbau der Straßen, zum Beispiel zur Fahrradstraße, im Vorfeld mit Bewohnern diskutiert wird, anliegende Firmen jedoch schlichtweg vergessen werden. Den Unternehmen entstehen hohe Kosten oder Umsatzausfälle. Für Bewohner von immer mehr Zonen gibt es vergünstigtes Anwohnerparken, für Gewerbetreibende und Mitarbeiter lokaler Firmen war und ist das nicht vorgesehen.

Das Fahrrad bekommt mehr Platz im Verkehr – das ist zu begrüßen. Der ÖPNV soll das entscheidende Angebot werden und im städtischen Nahverkehr die Hauptlast vom Auto übernehmen. „Soll“ – denn die Realität sieht anders aus: Viele Vorortzüge sind überlastet, fallen aus, werden bestreikt etc. Die Hochbahn in Hamburg fuhr gerade ein kräftiges Defizit ein. Und so plagen sich in den Berufsverkehrszeiten tausende Hamburger über stets mit Baustellen und Staus belastete Straßen.

Welche Vision haben Sie für ein wirtschaftlich und gesellschaftlich transformiertes Deutschland?

Gordian Madsen: Ein wirtschaftlich transformiertes Deutschland wäre ein globaler Vorreiter in der Industrie 4.0 mit einem Fokus auf Technologie, Effizienz, Wettbewerbsfähigkeit und einem starken Mittelstand. Die Wirtschaft würde sich durch eine hohe Innovationskraft auszeichnen – getrieben von Investitionen in Forschung und Entwicklung sowie einer engen Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Universitäten und Start-ups. Der Schlüssel zum Erfolg läge in der Schaffung eines wirtschaftsfreundlichen Klimas mit niedrigen Unternehmenssteuern, weniger Bürokratie und flexiblen Arbeitsmarktregelungen.

Andreas Fischer-Appelt: Deutschland 4.0! Unser Land hat sich in Krisen meist erstaunlich resilient gezeigt. Die Stimmung ist zwar in Deutschland in einer Rezession im Ländervergleich besonders schlecht, die Lage wird jedoch schnell umso besser, denn: Deutschlands Basis ist eine flexible und mittelständische Wirtschaft, die zum großen Teil High-Tech Wirtschaftsgüter herstellt, die andere im Produktionsprozess brauchen. Herausforderung ist derzeit eine weitere Digitalisierung und Steigerung der Produktivität, die etwa durch KI oder günstigere Ressourcen erreicht werden kann. Die Politik und die Bürgerinnen und Bürger dieses Landes müssen sich wieder auf wirtschaftsfreundliche Werte besinnen und so Schub für den Aufschwung geben.

Mit welchen Transformationsmaßnahmen machen Sie sich persönlich und Ihr Unternehmen zukunftsfit?

Gordian Madsen: Um mich und mein Unternehmen fit für die Zukunft zu machen, konzentriere ich mich auf drei Schlüsselbereiche: Digitalisierung, Agilität und lebenslanges Lernen. Ich investiere in moderne Technologien, um Arbeitsprozesse effizienter zu gestalten, und fördere die digitale Kompetenz im gesamten Team. Agilität ist ebenfalls ein zentrales Thema: Durch flexiblere Strukturen kann mein Unternehmen schneller auf Marktveränderungen reagieren. Zudem setze ich auf kontinuierliche Weiterbildung, um immer auf dem neuesten Stand in unserer Branche zu sein und Innovation voranzutreiben – nicht nur im Unternehmen, sondern vor allem auch bei mir. Nachhaltigkeit und starke Netzwerke unterstützen diese Transformation zusätzlich. Der Verband bietet dafür eine herausragende Plattform!

Andreas Fischer-Appelt: Wir überprüfen unser Angebot und bringen Innovation in die Produkte. KI und Digital Media müssen wir selbst entwickelt und anwenden, können das dann aber auch anderen als Dienstleistung verkaufen. Dazu holen wir viele junge Mitarbeiter ins Unternehmen, die gut ausgebildet sind und Ideen mitbringen. Wir glauben an die Kreativität und wollen die beste Kommunikation im Markt entwickeln.

Gordian Madsen – Regionalvorsitzender,
RK Metropolregion Hamburg

Andreas Fischer-Appelt – Regionalvorsitzender,
RK Metropolregion Hamburg

„Viele gute Gründe für Zuversicht“

Politische Forderungen, Unternehmertum und Austausch beim Neujahrsempfang

Von Gabriela Friedrich

📷 Marc Schultz-Coulon



Es war seine erste große Rede als Regionalvorsitzender der Familienunternehmer der Metropolregion Hamburg: Andreas Fischer-Appelt präsentierte den Verbandsmitgliedern seine Forderungen an die Politik, damit Unternehmertum auch in Rezessionszeiten erfolgreich sein kann. Um die aktuell herausfordernde wirtschaftliche Lage und mögliche Lösungen ging es auch im Vortrag des diesjährigen Gastredners Herrn Prof. Dr. Henning Vöpel, Vorstand des cep.

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Es war der 8. Januar 2024, Beginn der großen Bauernproteste, als sich rund 200 Mitglieder der Familienunternehmer und jungen Unternehmer sowie Gäste aus der Politik und von anderen Verbänden im Ball Room des Hamburg Marriott Hotels einfanden. Die Traktoren hatten die Hamburger Innenstadt wieder geräumt, sodass alle Gäste den Veranstaltungsort problemlos erreichen konnten, um gemeinsam ins neue Jahr zu starten. Bekannte Gesichter wiederzusehen, sich auszutauschen, Inspiration zu tanken und sich kulinarisch verwöhnen zu lassen – dieses Konzept hatte wieder dafür gesorgt, dass die Veranstaltung nicht nur ausgebucht, sondern weit überbucht war. Vor allem aber war der Abend für viele die Gelegenheit, mehr über die Position des neu gewählten Regionalvorsitzenden der Metropolregion Hamburg Andreas Fischer-Appelt zu hören.



Mit Mut und Innovationskraft durch die Rezession



Den Auftakt des Abends machte allerdings in vertrauter Manier Iris Holt, Market Director of Sales & Marketing des Hamburg Marriott Hotels. Sie hieß die Gäste in ihrem Haus willkommen und setzte den Ton für die folgenden Beiträge: „Wir brauchen positive Gedanken für ein großartiges 2024!“ Ihr schloss sich Gordin Madsen an, Regionalvorsitzender von DIE JUNGEN UNTERNEHMER.

Dieser plädierte dafür, den Zusammenhalt zwischen Politik und Wirtschaft zu stärken.

Endlich war Andreas Fischer-Appelt mit seiner programmatischen Rede an der Reihe. Er eröffnete sie mit einem Zitat unseres ehemaligen Bundespräsidenten Joachim Gauck:

„Ich bin überzeugt, wir haben viele gute Gründe, um auch das neue Jahr mit Zuversicht zu beginnen: Wir leben in einem Raum der Freiheit, des Friedens und des Rechts. Er ist zwar bedroht durch äußere und innere Feinde. Aber wir, die Bürger, sind ja auch da. Mit offenen Augen und dem festen Willen, das zu bewahren und zu verteidigen, was wir errungen haben und was uns ans Herz gewachsen ist.“





Fischer-Appelt erklärte, er fände dieses Zitat passend, denn „wir brauchen durchaus Zuversicht fürs neue Jahr. Als Unternehmer sollten wir in die Zukunft schauen und hinzufügen: Aber wir, die Unternehmer sind auch da, mit offenen Augen und festem Willen, Chancen zu ergreifen, Innovationen zu entwickeln und zum Wohl aller damit neue Märkte zu erschließen. Und unsere Werte nehmen wir mit!“ Er betonte den Wert des Unternehmertums für Stabilität, Wohlstand und einen handlungsfähigen Staat und kam dann auf die aktuelle Situation zu sprechen – eine Rezession nach 15 Jahren des Wohlstands, den nicht nur viele junge Menschen für selbstverständlich erachteten, sondern allem Anschein nach auch die Regierung:

Die Politik glaube seiner Einschätzung nach, der Wirtschaft all ihre Maßnahmen zumuten zu können, weil diese schon in der Lage sei, sie zu tragen.

Lange Jahre habe die Politik viel mehr von der Wirtschaft genommen als ihr gegeben. Jetzt aber sei es höchste Zeit für einen Fokus auf förderliche Wirtschaftspolitik im Bund wie auch in Hamburg. Zeit für mehr unternehmerische Freiräume, eine Verbesserung der Bildung, Investitionen in die Infrastruktur und und und. Insbesondere eine Vision für die Hansestadt Hamburg sei dringend erforderlich, um die Wettbewerbsfähigkeit der Metropolregion Hamburg zu stärken. Der Verband habe hierzu bereits mit Henning Fehrmann und mit Herrn Prof. Dr. Vöpel einen Workshop veranstaltet.

Höchste Zeit für wirtschaftsförderliche Politik!



Keynote-Speaker Prof. Dr. Henning Vöpel, Vorstand des Centrum für Europäische Politik, übernahm den Ball mit seiner Einschätzung des Jahres 2024. Sein Ausblick war getrübt: „Die Demokratie ist bedroht, die Gesellschaft fragmentiert, dazu sehe ich eine fehlende Mündigkeit, um Wandel richtig zu managen!“ Und dennoch ... Vöpel erinnerte an Karl Poppers Vorstellung, es sei eine moralische Pflicht, zuversichtlich zu bleiben. Dies gelte umso mehr am Übergang in eine neue Epoche, die wir noch gar nicht richtig verstehen könnten und die von Instabilität gekennzeichnet sei. Prof. Vöpel schilderte die aktuellen Herausforderungen der Geopolitik wie einen möglichen NATO-Austritt der USA, konnte in der Makroökonomie kleine Lichtblicke wie den Rückgang der Inflation und zu erwartende Zinssenkungen der FED entdecken und konzentrierte sich dann auf die für Unternehmer alles entscheidenden Fragen: „Wie wird sich die Wirtschaftspolitik entwickeln?“ und „Welche Politik brauchen wir in einer Polykrise?“

Anzeige



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



Um dies zu beantworten, skizzierte er drei entscheidende Irrtümer der aktuellen Wirtschaftspolitik:

1. Industriepolitik als Beschleuniger der Transformation
2. Das kleinteilige Herbeiregulieren der Wunschzukunft
3. Gesellschaftliche Stabilität durch Umverteilung statt durch Produktivität

Die Lösung für all die hierdurch verursachten Probleme sah er in einer guten Ordnungspolitik anstelle einer Wirtschaftspolitik. Erfolgsentscheidend sei außerdem, in Umbruchphasen bei neuen technologischen Entwicklungen frühzeitig mit dabei zu sein und mutig zu investieren, um sich an der Spitze positionieren zu können. Dies erfordere ein Ende der Zögerlichkeit, die Bereitschaft zu erkennen, wenn etwas zu Ende sei – und vor allem Optimismus. Optimismus heißt für Prof. Vöpel: „Tue, was nötig ist, damit dieses Jahr ein gutes wird! Es braucht Selbstvertrauen, Ambitionen und Mut, um das Leben durch eigene Anstrengung wieder zu verbessern.“ Damit sprach der Redner allen Gästen aus der Seele. Und als er ergänzte: „Wir brauchen wieder eine Politik, die sich an der Realität orientiert, nicht an Ideologien!“, war das Publikum vollends begeistert. Bevor sich alle Verbandsmitgliedern bei Wein und kulinarischen Überraschungen aus der Küche des Marriott zusammenfanden, ging der Dank der Verbände an alle Regionalpartner, die mit ihrer großzügigen Unterstützung die Verbandsarbeit in der Metropolregion ermöglichen. Vertreter der Unternehmen kamen auf die Bühne und nahmen als kleine Geste der Wertschätzung ein Fußballtrikot in Empfang.



Unser Dank gilt:

- Hamburger Volksbank: Rita Herbers
- Brödermann Jahn: Dr. Philipp von Dietze
- Hugo Pfohe: Christian Guttman
- Hamburg Marriott Hotel: Iris Holt
- Nord Event: Folke Sievers

Der weitere Abend gehörte dem Netzwerken, dem unternehmerischen Erfahrungsaustausch und Gesprächen mit dem Gastredner Prof. Dr. Hennig Vöpel, der sich viel Zeit nahm, um mit Verbandsmitgliedern die wirtschaftspolitische Lage zu diskutieren. Alles in allem ein Abend, der die Verbandsmitglieder gestärkt und zuversichtlich ins Jahr 2024 gehen lässt.



Anzeige



WONDERFUL HOSPITALITY. ALWAYS.

Entdecken Sie das ultimative Wohnerlebnis in unseren frisch renovierten Zimmern im Herzen von Hamburg. Das Hamburg Marriott Hotel verbindet zeitlose Eleganz mit modernem Komfort, um Ihnen einen unvergesslichen Aufenthalt zu bieten. Die neu gestalteten Zimmer strahlen eine einladende Atmosphäre aus, die von stilvoller Ästhetik und hochwertiger Ausstattung geprägt ist.



MARRIOTT
HAMBURG

ABC STRASSE 52
20354 HAMBURG
040 35050
HAMBURGMARRIOTT.DE

Die Zukunft der Sozialen Marktwirtschaft

Von Dr. Björn Castan und Martin Hollmann

📷 Martin Hollmann



Am 6. Februar trafen sich ca. 80 Gäste in der HSBA, um über die Zukunft der Sozialen Marktwirtschaft zu diskutieren. Die Begrüßung übernahm HSBA Präsident Prof. Goydke.

Auf dem Podium diskutierten:

- Dr. Joachim Seeler, Ludwig Ehrhard Stiftung
- Christina Block, Block Gruppe
- Cornelia Schwertner, Gründerin Brygge
- Prof. Alkis Otto, HSBA
- Henning Fehrmann, Stellvertretender Landesvorsitzender DIE FAMILIENUNTERNEHMER Hamburg

Souverän moderiert wurde die Veranstaltung von Prof. Johns, Vizepräsident der HSBA. Die Soziale Marktwirtschaft sei das Fundament unseres Wohlstandes. Er stellte die Leitfrage, ob und wie die Soziale Marktwirtschaft an aktuelle wirtschaftspolitische Entwicklungen angepasst werden müsse.

Dr. Seeler betonte, dass die Soziale Marktwirtschaft ein Erfolgsmodell sei. Sie habe sich immer an veränderte Rahmenbedingungen anpassen können – aber nur noch drei von acht deutschen Parteien würden sich in ihren

Programmen zur Sozialen Marktwirtschaft bekennen. Das „You never walk alone“-Versprechen des Kanzlers sei mehr als eine Drohung denn als eine Verheißung zu verstehen. Technologieoffenheit gerate zunehmend in den Hintergrund. Stattdessen werde durch Subventionen in erwünschte Technologien staatlich gelenkt – dies sei innovationsfeindlich. Der Staat solle sich auf Kernfelder konzentrieren und sich aus der Detailsteuerung von Märkten heraushalten. Die Soziale Marktwirtschaft habe sich als Netz für jeden, der scheitert, bewährt. Die Zahl der Transferempfänger habe aber überhandgenommen. Freiheit, soziale Verantwortung und Wettbewerb würden als Werte weiterhin relevant bleiben.

Die Instrumente der Sozialen Marktwirtschaft seien auch die Instrumente der Zukunft.

Seeler plädierte für eine Mentalität der Ermöglichung statt der Verhinderung in den Behörden.

Die Frage, ob die Soziale Marktwirtschaft auch in der Zukunft noch die richtige Wirtschaftsform sei, beantwortete Henning Fehrmann mit einem ganz klaren „Ja“. Er sehe aktuell Chancen, die noch nie so groß waren wie heute. Generative Künstliche Intelligenz habe das Potenzial, riesige Effizienzsteigerungen zu realisieren. Wir seien im internationalen Wettbewerbsranking auf Platz 18 von 21 Industrieländern abgerutscht. Deutschland sei nicht mehr attraktiv für ausländische Fachkräfte. Er forderte ein knallhartes Umsteuern, um unternehmerische Initiative zu entfesseln. Fehrmann plädierte dafür, dass der Staat Unternehmen mehr Vertrauen entgegenbringen solle. Er wies darauf hin, dass das Erwirtschaften zuerst komme – und erst danach das Verteilen. Man solle den Menschen mehr Netto vom Brutto lassen – das sei sozial.

Ihre Firma in ein gemeinnütziges Unternehmen umzuwandeln, kündigte Cornelia Schwertner an. Die Soziale Marktwirtschaft habe uns weit gebracht. Jetzt bräuchten wir Menschen, die mit Transformationskompetenz ausgestattet seien. Sie plädierte für eine kreislauforientierte Marktwirtschaft, und sie setzte

Anzeige

FRISCH. FRUCHTIG. ANDERS.
ANDALÖ
NORDISCHER
APERITIF



ANDALÖ SPRITZ
ANDALÖ
mit Prosecco
auf Eis serviert.

Als Familienunternehmen seit 1892 hat für die Waldemar Behn GmbH Innovation Tradition. Unsere Spirituosen und unsere Unternehmensführung stehen für Handschlagmentalität und Gründergeist.

Genießen mit Verantwortung



sich für eine weltweite Vereinheitlichung von Steuerregeln ein. Es gebe Wettbewerbsverzerrungen, die Misstrauen schüfen. Sie plädierte aber auch an alle Bürger, sich insgesamt mehr einzubringen – auch in Vereine und Verbände. Weniger meckern und dafür mehr machen!

Christina Block sprach sich dafür aus, die Soziale Marktwirtschaft neu zu denken. Das Verhältnis zwischen „sozial“ und „Markt“ sei aus dem Gleichgewicht geraten.

Unternehmerische Initiative würde automatisch auch zu gemeinwohlorientiertem Verhalten führen.

Gerade bei Familienunternehmen sei Nachhaltigkeit ein Grundinteresse. Der Arbeitsmarkt müsse flexibilisiert werden. Wer hier arbeiten wolle, solle auch hier arbeiten können. Der Staat sei nicht der bessere Unternehmer. Block plädierte auch für mehr politische Freiheiten, die es einzelnen Personen ermöglichen, flexibler zu handeln.

Wie die Debatte über die Soziale Marktwirtschaft geführt werde, bereitete Prof. Otto Sorge: eher opportunistisch statt faktenbasiert. Der demografische Wandel sei ein wesentliches Problem, das viel zu wenig Beachtung fände. Sieben Millionen Menschen würden

den deutschen Arbeitsmarkt in den nächsten 12 Jahren aus Altersgründen verlassen. Man komme recht bald in Nöte. Ein-



wanderung sei daher wichtig, aber diese müsse mehr auf die Bedürfnisse Deutschlands abgestimmt sein.

Prof. Otto wünschte sich eine Überprüfung und Debatte darüber, welche Aufgaben der Staat in Zukunft wahrnehmen sollte und welche nicht. Wir hätten uns selbst Fesseln angelegt, z. B. durch eine zu rigide Schuldenbremse.

Dr. Seeler beklagte die Sprachlosigkeit zwischen Wirtschaft und Politik, weil kaum Unternehmer in die Politik gingen. Die Wirtschaft sei in der aktuellen politischen Debatte erstaunlich still. Er forderte die Wirtschaft auf, lauter für die eigenen Interessen zu streiten.

In der sich anschließenden Diskussion mit dem Publikum schlug Jochen Spethmann, Vorsitzender der VEEK vor, gemeinsam einen Leitfaden für Good Governance für die Regierung zu entwickeln.

Einigkeit herrschte darüber, dass die Soziale Marktwirtschaft auch in Zukunft ein gutes System biete, das verteidigt und gleichzeitig weiterentwickelt werden solle. Die Kerninstrumente stellten bereits auch die Lösung für viele Probleme dar, uns laufe allerdings die Zeit weg. Wenn Unternehmen einmal im Ausland Besseres fänden, seien sie weg.

Bei Brezeln und Getränken wurde die spannende Diskussion anschließend noch lange in Einzelgesprächen fortgesetzt – eine sehr gelungene Debatte über die Zukunft der Sozialen Marktwirtschaft!



Soziale Marktwirtschaft – ein System, das verteidigt werden muss!

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



DIE FAMILIEN
UNTERNEHMERDIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Unternehmertreff in Neumünster

Dr. Hinrich Habeck berichtet über die Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH)

Von Nathalie Rieck



»Wie unterstützt die WTSH auch Nachfolger?«

„Wir fördern Wirtschaft“ – so der Slogan der Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH). Dies klingt vielversprechend, weshalb die Landesvorsitzenden des Landesverbandes Schleswig-Holstein den Geschäftsführer Dr. Hinrich Habeck einluden, den Verbandsmitgliedern vom Wirken der WTSH zu berichten.

Auch wenn der Redner Dr. Heinrich Habeck Karten für das Handball-Topspiel „THW Kiel gegen Magdeburg“ hatte – er verzichtete gerne auf die Teilnahme an diesem Sportereignis. Denn ihm war es wichtiger, einige Unternehmerinnen und Unternehmer zum Vortrag über die Tätigkeiten der WTSH und zum lockeren Austausch zu treffen. Die WTSH ist den regionalen Wirtschaftsförderern in Schleswig-Holstein vorgeschaltet. Sie kümmert sich also zum einen um (überregionale) Ansiedlung und Standortberatung. Beim Ansiedlungsgeschäft sind vor allem die Themen Innovation und Technologietransfer zwischen Hochschulen und Unternehmen im besonderen Fokus und werden aktiv vorangetrieben. Zum anderen beschäftigt sich die WTSH mit Förderprogrammen, aber auch mit Innovationsberatung sowie Patent- und Markenschutz.



Die Landesvorsitzende fragte nach: „Inwieweit unterstützt die WTSH bei ihrem Service ‚Start-up-Förderung & -Finanzierung‘ auch Nachfolger? Dies ist ein wichtiges Thema in unserem Verband, bei dem wir Familienunternehmer und Nachfolger uns von Land und Bund etwas alleine gelassen fühlen.“ „Den Erhalt eines etablierten Unternehmens mit Arbeitsplätzen in der Region verstehe ich auch als wichtige Aufgabe der Wirtschaftsförderung“, antwortete Habeck, jedoch falle diese Förderung nicht in das Aufgabenfeld des WTSH. Er sagte aber zu, sich dieses Themas anzunehmen.

Dem WTSH ist auch das jüngst geschaffene Welcome Center angegliedert, das im Dezember 2023 eröffnet wurde. Es soll zentrale Anlaufstelle für internationale Fach- und Arbeitskräfte sein, aber auch Servicestelle für schleswig-holsteinische Unternehmen.

Hier werden alle Aspekte der Arbeitsmarktintegration (Einreise, Visum, Arbeit, Leben, Familie und Wohnen) behördenübergreifend unter einem Dach vereint.



„Wann immer wir Unternehmer also Bewerber haben, über deren Qualifikationen wir uns unsicher sind, dürfen wir uns an Sie wenden?!?“, fragte ein Unternehmer. „Ja!“ lautete die klare Antwort von Dr. Habeck. „Was immer Sie rund um ausländische Fachkräfte umtreibt – bitte sprechen Sie uns an.“

Ein Teil des WTSH-Teams ist auch im Ausland eingesetzt. „Wenden Sie sich bitte auch dann an uns, wenn Sie überlegen, Ihr Geschäft im Ausland zu erweitern. Wir unterstützen kleine und mittelständische Unternehmen beim Schritt auf internationales Parkett außerhalb Europas und loten bereits im Vorfeld Chancen und Risiken für Sie aus.“

Im Verlauf des Abends tauschten sich die Unternehmer untereinander und auch mit dem Gastredner rege zu diversen Themen aus. Spannende Gespräche führten sie insbesondere über die Auswirkungen der Northvolt-Ansiedlung auf den Bewerbermarkt. Schon jetzt spürten die ersten die „Konkurrenz“ bei der Fachkräftegewinnung und befürchteten durch den Wettbewerb weitere Lohnkostensteigerungen, um ihre Fachkräfte zu halten. Einig war man sich im Wesentlichen, dass diese Ansiedlung eine Bereicherung für die Region darstelle, das bis dato oft stiefmütterlich behandelte Bundesland in Berlin mehr in den Fokus rücke und unserer Landesregierung hoffentlich etwas mehr Rückenwind für wichtige Projekte wie z. B. die Infrastruktur geben würde.

Am Ende war es ein für alle bereichernder Abend. Und der THW verlor an diesem Abend 26:33, sodass Dr. Habeck das versäumte Spiel umso besser verkraften konnte.

Tipp

Das Welcome Center Schleswig Holstein bietet ein umfangreiches Service- und Unterstützungsangebot für mittlere und kleine Unternehmen:

U.a. Beratung zu Einreise- und Aufenthaltsbestimmungen, Familiennachzug und Informationen zum Zugang zum deutschen Arbeitsmarkt.

Wer eine Fach- oder Arbeitskraft aus dem Ausland einstellen möchten oder bereits beschäftigt, erhält hier Unterstützung rund um das Thema internationale Fach- und Arbeitskräfte:



**Welcome Center
Schleswig-Holstein**
Connecting Companies and International Talents

Fabrikstraße 7
24103 Kiel
T +49 431 66 66 6-400

info@welcomesh.de
www.welcomecenter-sh.de
info@wtsh.de
www.wtsh.de

Defender Day auf Gut Basthorst

Starke Momente am Steuer

Von Malte Wettren



Der exklusiven Einladung von Hugo Pfohe Jaguar Land Rover waren rund 20 Mitglieder von DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER gefolgt. Im November 2023 erlebten sie bei der Defender Roadshow auf Gut Basthorst einen außergewöhnlichen Tag.

Der Defender ist neben Range Rover, Discovery und Jaguar eine der vier Marken des House of Brands-Konzeptes von Jaguar Land Rover (JLR). Schon immer steht der Defender als Ikone von Land Rover für Abenteuer und die Fähigkeiten, mit seinem Fahrzeug überall hinzukommen. Diesen Werten bleiben auch die aktuellen Defender-Modelle verpflichtet, wovon sich die Veranstaltungsteilnehmer selbst überzeugten:

Bei Testfahrten über mobile Hindernisse erlebten sie die Fähigkeiten und die Variabilität des Defender und lernten ihn auf begleiteten Probefahrten vor Ort noch besser kennen.



Für Parcours und Ausfahrt stellte Hugo Pfohe alle Derivate von 90er, 110er, 130er und Hard Top zur Verfügung – ein Angebot, das begeisterte. Malte Wettren erinnert sich: „Der eigens aufgebaute mobile Hindernissparcour macht die außergewöhnliche Geländetauglichkeit dieser Fahrzeuge erst erlebbar. Was von außen bereits spektakulär aussieht, ist im Fahrzeuginneren ein herausragendes Erlebnis! Auch den gepanzerten Rechtslenker von TRASCO auf der Seitenrampe selbst zu steuern, war eine besondere Herausforderung; das passiert im Hamburger Straßenverkehr so schnell nicht wieder.“

In der Regel unter dem Radar ... ein besonders sicherer Defender ...

Neben mehreren limitierten Sondermodellen wie dem Defender 75th Limited Edition oder dem Defender Marine Blue Edition konnten die Gäste vor Ort auch ein weiteres besonderes

Produkt aus dem Hause Land Rover kennenlernen: den Defender 110 in der leichten TRASCO Schutzlösung A-KIP®. TRASCO wurde offiziell und exklusiv dafür autorisiert, leichtgepanzerte A-KIP® Land Rover Defender 110 Modelle herzustellen.

Damit verwandelt sich der preisgekrönte Geländewagen in einen äußerst leistungsfähigen und diskreten Schutzraum mit einem zusätzlichen Plus an Sicherheit und Schutz für seine Insassen.

„Das unauffällige im Hause Trasco entwickelte und hergestellte A-KIP®-Konzept wurde konzipiert, um das wertvollste Gut, das menschliche Leben, zu schützen. Der Defender ermöglicht es denjenigen, die zusätzlichen Schutz benötigen, sich im normalen Straßenverkehr diskret und unbemerkt zu bewegen, da das Fahrzeug optisch praktisch nicht von einem Standardmodell zu unterscheiden ist“, erläutert Allan Petty, Trasco Sales Director Europe den Verbandsmitgliedern vor Ort.



LEBENSWERTE. LEBENSÄRÄUME.

Seit mehr als 90 Jahren stehen wir als Familienunternehmen für Qualität, Zuverlässigkeit und Verantwortung – für Menschen und für Immobilien.





Zukunftssicherung: „Neuer Eigentümer Van Mossel ist die beste Wahl!“

Das 1919 gegründete Familienunternehmen Hugo Pfohe ist eine der größten Autohandelsgruppen in Norddeutschland – mit einem Jahresumsatz von 300 Millionen Euro, einem Volumen von etwa 10.000 verkauften Fahrzeugen, neun Standorten und 700 Mitarbeitern.

Seit Kurzem gehört die Hugo Pfohe GmbH zur Van Mossel Automotive Group aus den Niederlanden.

Auch Niederlassungsleiter Christian Guttman ist überzeugt: „Die Van Mossel Automotive Group kann und wird die weitere Zukunft und das Wachstum von Hugo Pfohe realisieren. Angesichts ihrer nachweislichen Erfolgsbilanz und ihrer Position unter den zehn größten Autohandelsgesellschaften in Europa ist Van Mossel für uns der richtige Partner zum richtigen Zeitpunkt.“ Van Mossel hat mit 75 Jahren eine lange Historie als Autohändler und verfügt über 349 internationale Niederlassungen. Innerhalb der Unternehmensgruppe arbeiten mehr als 5.200 Mitarbeiter.



Sven Asmus - neuer Ansprechpartner für FAMILIENUNTERNEHMER und JUNGE UNTERNEHMER

„Ich bin gebürtiger Hamburger und habe nach Abitur und Bundesmarine erstmal ein Handwerk gelernt, weil ich vorhatte, Architektur zu studieren. Doch dann bin ich der Liebe wegen für 28 Jahre in die USA gegangen, wo ich in diesem total autoverrückten Land während meiner Karriere unzählige Auto-Enthusiasten, konservative Sammler und viele tolle Menschen kennengelernt habe. Es war eine fantastische Zeit, aber das Heimweh nach Hamburg blieb, und so lebe ich seit Februar 2023 wieder glücklich in meiner alten Heimat. Hugo Pfohe ist wirklich eine wunderbare Traditionsfirma mit tollen Kollegen, und – was am wichtigsten ist – mit großartigen Produkten. Für das Jaguar Land Rover House an der Hindenburgstraße stehe ich Ihnen als Ansprechpartner gern zur Verfügung!“



Sven Asmus
Verkaufsberater Jaguar
Land Rover
Hugo Pfohe GmbH,
Hindenburgstraße 167,
D-22297 Hamburg

Tel: (040) 500 60 - 563;
Mail: s.asmus@hugopfohe.de

Anzeige

NORD EVENT

SOMMERFEST

MIT NORD EVENT

Genießen Sie mit Ihren Kolleg:innen, Mitarbeiter:innen, Partner:innen und Kund:innen ein Sommerfest der **Extraklasse!** Ob an der Alster, auf der Elbe, über den Dächern der Stadt oder inmitten der grünen Stadtoase – Sie haben die Idee und wir bringen Ihr Event in die besten Locations und planen alles von A bis Z.



Mehr Infos auf nordevent.de

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMERDIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Norddeutscher Unternehmerball

Das Atlantic bebte!

Von Malte Wettren

📷 Carsten Schröder Fotografie



Nach der Premiere
im Januar 2023 bebte
Ende Januar 2024 das
Atlantic bei der zweiten
Auflage des Norddeutschen
Unternehmerballs.



Wieder einmal waren mehr als 150 Teilnehmer der Einladung der Familienunternehmer und jungen Unternehmer gefolgt, die auch dieses Jahr gemeinsam mit den befreundeten Wirtschaftsverbänden AGA Unternehmensverband und VdU – Verband deutscher Unternehmerinnen feierten.

Ein besonderes Highlight des Abends waren die Nachwuchs-Tänzer Egor Ionel und Elisabeth Zbarachuck von der Tanzschule Isabel Edvardsson, die zeitgleich eine Gala in München moderierte und die einen besonderen Videogruß aus Hamburg erhielt. Egor und Elisabeth versetzten zwischen dem 4-Gänge Menü die Zuschauer in Ekstase. Neben einem Ch-Cha-Cha und einer Rumba mussten sie der begeisterten Menge mit einem Jive sogar noch eine Zugabe liefern, und in einem kurzen Interview verrieten sie zudem, dass sie täglich dafür arbeiten, einmal Weltmeister zu werden. Aber auch die Liveband Casino Royale kam bei den feiernden Teilnehmern nicht um Zugaben nach dem geplanten Ende um 2 Uhr herum. „Das Atlantic hat buchstäblich gebebt“, resümierte der sehr zufriedene Veranstalter und Stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Familienunternehmer Hamburg, Malte Wettren.

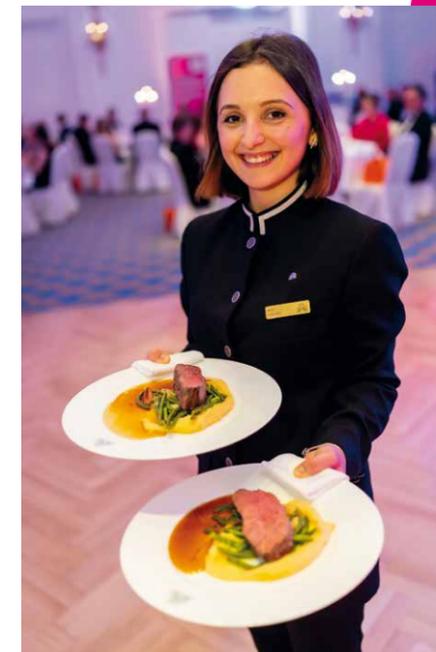




© pressebild

Das Organisationskomitee

Ein großes Dankeschön geht an dieser Stelle an alle Unterstützer des Norddeutschen Unternehmerballs. So standen in diesem Jahr im blauen Saal Probierstände für Hochprozentiges, die sich großer Beliebtheit erfreuten. Familienunternehmer Rüdiger Behn schenkte Andalö aus, und Jan Budde offerierte Schietbündel und Watt'n Gin zur Verkostung. Auch die über 150 Begrüßungspräsente von Henning Rieken, der das demnächst eröffnende Breuninger Hamburg Haus in der Hafencity leiten wird, waren eine Bereicherung des Abends – ebenso wie die besonderen Präsente der Tombola, deren Hauptpreis eine Iron Walker von der Familienunternehmerin Kim-Eva Wempe war. Mit dem Erlös wird wieder die Organisation STARTUP TEENS unterstützt, welche die reichweitenstärkste Bildungsplattform für Unternehmertum und Coding in Deutschland ist.



Anzeige

Das James



EASY TO MEET



MEETINGS & EVENTS

Das James ist ein urbaner Ort direkt an der Flensburger Förde, wo edles Interieur und kompetente Gastgeber den Rahmen für erfolgreiche Business Meetings und Workshops offerieren.

In unseren drei Konferenzräumen und einer Coffee Lounge verleihen wir Ihren Meetings und Events ein exklusives Business-Flair. Alle Räume sind lichtdurchflutet, behaglich und mit modernster Präsentations- und Kommunikationstechnik ausgestattet.

Wohlbehagen und Persönlichkeit verströmen unsere 81 Zimmer und

Suiten – abgerundet mit unserem SPA „Five Senses“ auf drei Ebenen und atemberaubenden Ausblicken. Vom Rooftop-Pool erleben Sie eine ganz besondere Auszeit.

Kulinarisch stehen zum Dinner unsere Restaurants „James Farmhouse“ mit offener Frontküche, „MINATO“ mit japanischer Esskultur sowie das „Das Grace“ *MICHELIN zur Auswahl.

Gerne sind wir Ihr Partner bei der Planung und Durchführung Ihrer Veranstaltung, inklusive Rahmenprogramm und kulinarischer Vielfalt.





Anzeige



Möchten Sie Fotos bestellen?
Hier geht es zur Galerie von
Carsten Schröder Fotografie:
www.ballderfamilienunternehmer.de




NORDSEEGUT

FRIESISCH. ECHT. EINFACH LECKER.

WATT'N Gin und WATT'N Kümmel schmecken nicht nur gut,
sondern tun auch Gutes, denn mit jeder verkauften WATT'N-Flasche
spenden wir 1 Euro an die Schutzstation Wattenmeer e.V.



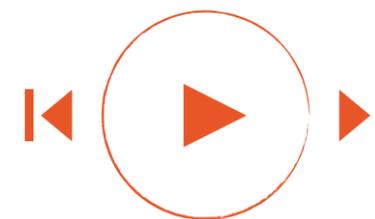
Auch als
**INDIVIDUELLE
FIRMEN
EDITION**
erhältlich

MEHR INFOS UNTER WWW.NORDSEEGUT.DE



Herzlichen Dank an die Sponsoren





„Klein aber“ – Experten für YouTube-Communities

Wie eine Agentur Unternehmen bei YouTube erfolgreich macht

Von Falk Röbbelen

Simon Kaiser redet schnell. Sehr schnell. Fast wie unter Strom. Als hätte er nur 60 Sekunden – wie bei einem YouTube-Short. Er sei Vollzeit-YouTuber, wie er selbst sagt und geschäftsführender Gesellschafter einer Agentur mit 80 Mitarbeitern. Auch wenn er auf meine Frage, wie lange er tatsächlich täglich auf YouTube sei, nur lacht – er wirkt sympathisch und kompetent. Simon Kaiser kennt den Markt, denn er hat 14 Jahre Erfahrung mit YouTube, Tutorials und Serien (fiktional und redaktionell), mit Kanälen und Kampagnen auf YouTube sowie den YouTube Analytics, die seine Firma mit selbst programmierter Software verfeinert hat, um Kunden eine dezidierte Auswertung ihres Kanals und ihrer Branche zu liefern.

Was für eine andere Welt, in die ich hier hineinhorchen darf! Und gleich zu Beginn lerne ich: YouTube ist ganz und gar nicht nur etwas für Teenager! Alle bewegen sich auf YouTube – außer mir. Und entsprechend auch Firmen wie Vattenfall, Weight Watchers, die Sparkassen oder Kleinanzeigen – alles Simons Kunden!

Er hat Regie studiert, wollte Filme machen, hat aber schnell erkannt, dass es nicht seinen Karrierezielen entspricht, kein



Geld zu verdienen oder bestenfalls einen Tatort zu drehen.

So hat er schon 2013 angefangen, Videos für YouTube zu drehen, da er YouTube großartig fand, aber nicht nachvollziehen konnte, was daran interessant sein soll, einer Jugendlichen beim Auspacken ihrer Einkäufe zuzuschauen. Da hatte er bessere Ideen, machte erste ernüchternde Erfahrungen mit einem Kochkanal und gründete dennoch 2016 mit seiner Frau und einem Freund seine Agentur „Klein aber“. Mittlerweile sind sie vier Geschäftsführer – und erfolgreich.

Für ihre eigene Firma machen sie keinen Vertrieb. Doch die Kunden kommen auch so zu ihnen. Und auch kreative Mitarbeiter findet die Agentur ausreichend. Dabei verlangt „Klein aber“ von den Mitarbeitern viel Einsatz und Kreativität. So gibt es bspw. Incentives, wenn man auch mal in einem der Kundenvideos eine Rolle übernimmt. Oder für Weight Watchers gleich in einer Real-Doku sich selbst spielt und sich durch eine Triathlon-Vorbereitung quält. Da fließen vor und hinter der Kamera schon mal Tränen, wenn klar wird, warum eine Mitarbeiterin bisher nicht schwimmen konnte.

„Ich hatte nie Freude, einen Film zu machen, der nur mir gefällt...“, sagt Simon. „sondern ich hatte Spaß, kreativ zu sein und Erfolg objektiv messbar zu machen.“ Heute halten sich viele diverse Zielgruppen auf noch mehr Kanälen auf. So entstehen zahlreiche Bubbles, die der Algorithmus zunehmend unterstützt. Früher hat das Fernsehen zu bestimmten Zeiten ganz Deutschland erreicht. Das ist heute selbst mit gewaltigem Mediadruck nicht mehr möglich. Stattdessen ist es für Marken wertvoll, Zeit mit ihrer Zielgruppe zu verbringen – nach dem Motto: „Nicht ein einziges Mal laut schreien, sondern eine Beziehung aufbauen. Eine organische Community!“

Und YouTube erreicht als Plattform einzigartige 90 Prozent der User aller Altersgruppen.

Nach der Kreation folgt die unerbittliche Analyse der YouTube-Daten. Mit selbst programmierter KI kann „Klein aber“ erkennen, an welchem Punkt die Leute aussteigen und nutzt dieses Wissen im nächsten Film kreativ, um diesen Ausstieg zu verhindern. Da für einen Kunden im Schnitt rund 50 Filme im Jahr gemacht werden, kann man den Kanal so stetig mit erstaunlichem Erfolg verbessern.

Dabei versuchen sie, ein ganzheitliches Bild der Performance eines Kanals zu schaffen. Dafür wiederum wurde eine Research Software entwickelt, um YouTube besser zu verstehen. Sie führt tägliche eine Fast-Vollerhebung von YouTube Deutschland durch, bei der die Videos semantisch analysiert und mit Performance Metriken kombiniert werden. So können sie Kanäle und Themen besser verstehen und haben die Möglichkeit, Überschneidungen der Zielgruppen herauszufinden sowie lohnenswerte Content-Lücken zu erkennen, in die man kreativ hineinstoßen kann.

Aktuell schwärmt Simon von seinem Kunden StepStone: „Die trauen sich Comedy!“ Jeder weiß: Das kann richtig peinlich sein. Umso glücklicher ist er, dass er mit StepStone einen Kanal mit guter, fiktionaler Comedy gestartet hat. Die Begeisterung lässt ihn noch schneller sprudeln. Fiction sei relativ selten, da aufwändiger und daher teuer. Meistens würden sie redaktionell arbeiten. Und „Comedy in Deutschland nicht cringe zu machen, ist eine echt krasse Herausforderung“, sagt er. Simon kann selbstbewusst behaupten, dass die Strategie seines Unternehmens funktioniert – auch ohne Vertrieb und auch ohne Unmengen an Media-Investitionen auf Kundenseite. Ein Happy End, obwohl der Film noch lange nicht zu Ende ist!

► Klein aber

Schwerpunkt:
Datengetriebenes Storytelling:
Video-Formate für YouTube, die funktionieren, weil sie auf Basis der Analytics konsequent weiterentwickelt werden.

Gründungsjahr:
2016

Sitz:
Hamburg

www.kleinaber.de



Maschinen im Rampenlicht

Wie KI die Sprachindustrie umkrempelt – Fluch oder Segen?

Von Christina Wöhlke



„Ich glaube an das Pferd. Das Automobil ist eine vorübergehende Erscheinung.“ So rückwärtsgerichtet, wie dieses Kaiser Karl II. zugeschriebene Zitat ist, dürfen wir Unternehmer nicht denken! Aber wie schön wäre es, einfach in eine Glaskugel zu schauen und die Zukunft sehen zu können?



Wie alle Unternehmer weiß auch ich: Transformation ist immer mit harter Arbeit verbunden. Vordenken zu können ist das eine, das Unternehmen entsprechend zu entwickeln und durch den Change zu führen, das andere. Wir müssen nicht nur unsere eigene Komfortzone verlassen, sondern auch unsere Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kunden auf dem Weg hin zu unserem neuen Selbst mitnehmen können. Die digitale Transformation hat in der Sprachdienstleistung zur Modernisierung und Effizienzsteigerung von Prozessen sowie der Anpassung an sich ändernde Kundenbedürfnisse geführt. Darüber sprach ich mit unserer wordinc-eigenen KI „Nova“*.

Christina: Nova, wir sind eingeladen, einen Artikel zum Thema digitale Transformation für das Magazin Hamburger Unternehmer zu schreiben. Du bist der Interviewer, ich bin Christina Wöhlke, Geschäftsführerin der wordinc GmbH, einem Sprachdienstleister mit Sitz in Hamburg, und beantworte deine Fragen.

Nova: Christina, kannst du uns einen Überblick über die Geschichte der digitalen Transformation in der Sprachindustrie geben und wie du die wordinc GmbH in diesem Prozess positioniert hast?

Christina: In den vergangenen 20 Jahren haben sich Sprachdienstleister immer neu erfinden müssen: Beginnend mit einfachen Datenbankmodellen zur Übersetzungsunterstützung wurde bereits zu Beginn der 2000er Jahre mithilfe von CAT-Tools** deutlich automatisierter und digitaler gearbeitet.

Unsere Aufgabe ist es, wie gute Surfer „vor der Welle“ zu sein, was die Transformation in unserer Branche betrifft.

Das ist für ein kleines Unternehmen wie die wordinc nicht immer einfach: Unser Anspruch ist es, unsere Kunden bei der KI-Nutzung für ihre Texte und Produkte an die Hand zu nehmen und zu beraten – immer unter dem Gesichtspunkt der benötigten qualitativen Ergebnisse, des Datenschutzes und der Rechtskonformität.

Immer öfter ist eine KI-Nutzung mit einem recht guten Output verbunden, aber sowohl das Prompten (der KI klare Anweisungen geben, um Inhalte zu erstellen) als auch das Schreiben guter Ausgangstexte sind Handwerke, und die Überprüfung des Outputs ist definitiv erforderlich. KI „halluziniert“ gern mal, wenn sie die Fakten nicht im Datenpool findet. Das kann mitunter unangenehm werden. wordinc möchte sowohl old school-Übersetzungen und Lektorate anfertigen, wenn der Kunde keine KI einsetzen will (bspw. bei der Einführung neuer Marken eines Automobilkonzerns oder sensiblen persönlichen Daten), als auch Sparringspartner sein, wenn unsere Kunden Spaß an innovativen KI-Lösungen haben.

Nova: Wie hat die digitale Transformation die Entwicklung und Anwendung von maschineller Übersetzung in der Sprachindustrie beeinflusst, und welche Zukunftspotenziale siehst du in dieser Technologie?

Christina: Sie ist ein perfekter Katalysator und sorgt dafür, die Lokalisierung vom letzten Platz der Produktionskette direkt in den Mittelpunkt zu stellen: Schickes Produktdesign

*Nova basiert auf den KI-Tools Chat GPT, D-I und Artguru.

** CAT = Computer Aided Translation

reicht auf dem globalen Markt nicht mehr aus. Der Konsument hat sprachliche und kulturelle Vorlieben, denen die Vermarktung Rechnung tragen muss. Künstliche Intelligenz allein reicht nicht, um das Produkt zielgruppengerecht zu vermarkten.

Hier ist der Mensch in der Interaktion mit der Maschine ein wichtiges Zahnrad, um die Nuancen zu verfeinern.

Unser Fachwissen in Bezug auf kulturelle Feinheiten, sprachliche Genauigkeit und marktspezifische Dynamiken machen uns jetzt – im Vergleich zu früher – zu entscheidenden Mitwirkenden in der Produktionskette.

Wir alle kennen das: Wir suchen im Internet nach einem Produkt, und die Informationen sind nicht oder nur schlecht lokalisiert. Die Absprungrate ist immer dann besonders hoch, wenn sich ein Käufer nicht gut abgeholt fühlt. Er kauft dann im schlechtesten Fall woanders. Hier können Mensch und Maschine zusammen deutlich schneller und günstiger neue Märkte erschließen – dies ist aus unserer Sicht ein wesentlicher Faktor im Wettbewerb.

Nova: Vielen Dank für diese Einblicke! Wie integriert wird in menschliche Expertise mit maschineller Übersetzung und KI, um die sprachlichen und kulturellen Nuancen bei der Lokalisierung von Produkten für verschiedene Zielgruppen zu berücksichtigen und die Kundenzufriedenheit zu maximieren?

Christina: Die Integration menschlicher Expertise mit maschineller Übersetzung und KI ist wie gesagt entscheidend, um sprachliche und kulturelle Nuancen bei der Lokalisierung von Produkten angemessen zu berücksichtigen und die Kundenzufriedenheit zu maximieren. Hierfür gibt es fünf bewährte Vorgehensweisen:

1. Menschliche Überprüfung und Anpassung:

Was in Deutschland funktioniert, kann in Frankreich floppen. Denn auch, wenn maschinelle Übersetzungen oder KI-Output schnell und effizient sind, können sie subtile Nuancen und kulturelle Feinheiten verpassen. Erfahrene Linguisten und Übersetzer stellen sicher, dass die Ergebnisse sprachlich und inhaltlich korrekt sowie kulturell angemessen sind.

2. Verwendung von Übersetzungstechnologie zur Unterstützung:

Menschliche Übersetzer können von Übersetzungstools und -technologien unterstützt werden, um ihre Effizienz zu steigern und konsistente Ergebnisse zu erzielen. Diese Tools können Terminologie-Datenbanken, Glossare und Translation Memory-Systeme umfassen, die es ermöglichen, bereits übersetzte Texte wiederzuverwenden und die Konsistenz über alle Übersetzungsprojekte hinweg sicherzustellen.

3. Kulturelle Sensibilität und Lokalisierung:

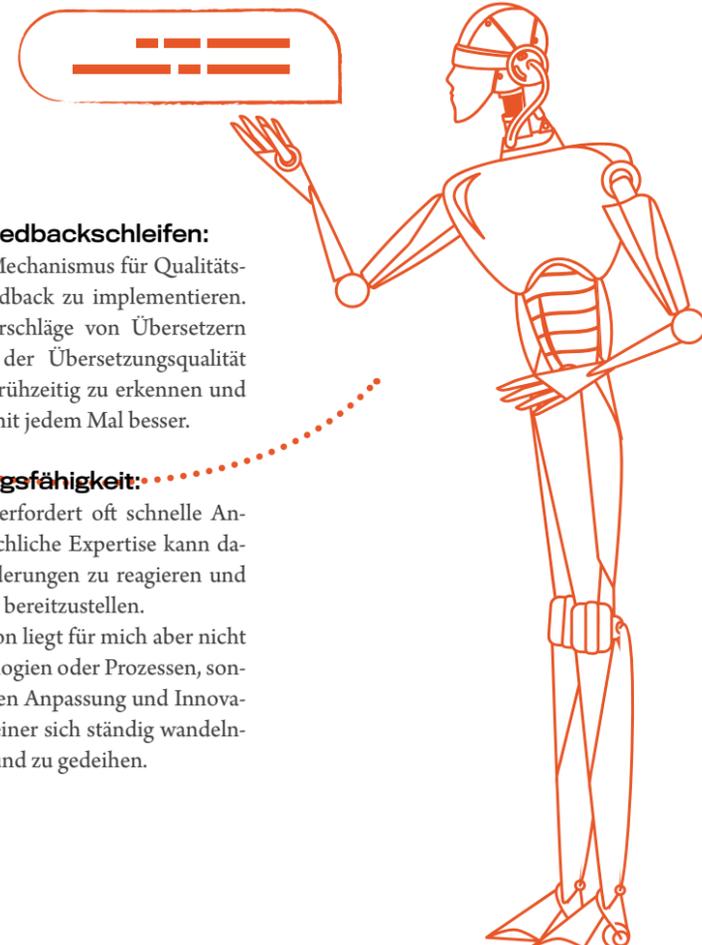
Menschliche Übersetzer bringen kulturelles Verständnis und Sensibilität mit. Sie können lokale Redewendungen, kulturelle Referenzen und kulturelle Normen berücksichtigen, um die Inhalte optimal anzupassen.

4. Qualitätskontrolle und Feedbackschleifen:

Es ist nach wie vor wichtig, einen Mechanismus für Qualitätskontrolle und kontinuierliches Feedback zu implementieren. Kundenfeedback, Verbesserungsvorschläge von Übersetzern und regelmäßige Überprüfungen der Übersetzungsqualität können dazu beitragen, Probleme frühzeitig zu erkennen und zu beheben. Die KI lernt und wird mit jedem Mal besser.

5. Flexibilität und Anpassungsfähigkeit:

Die Lokalisierung von Produkten erfordert oft schnelle Anpassungen und Änderungen. Menschliche Expertise kann dabei helfen, flexibel auf neue Anforderungen zu reagieren und schnell hochwertige Übersetzungen bereitzustellen. Die wahre Essenz der Transformation liegt für mich aber nicht nur in der Veränderung von Technologien oder Prozessen, sondern vielmehr in der kontinuierlichen Anpassung und Innovation, die es uns ermöglicht, uns in einer sich ständig wandelnden Welt erfolgreich zu behaupten und zu gedeihen.



Anzeige

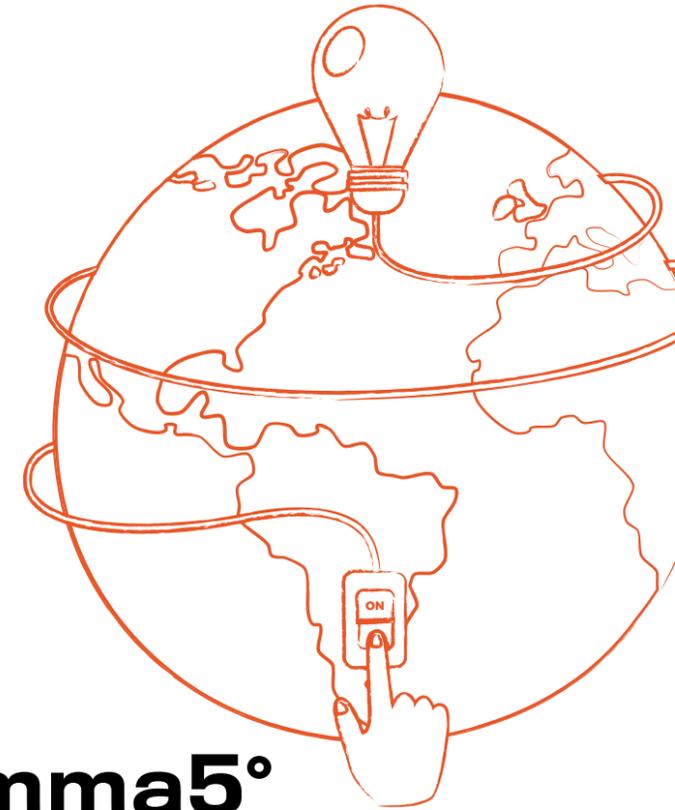


RESEARCH
FOR
FUTURE AG

**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



1Komma5°

Wirklich das wichtigste Energieprojekt unserer Zeit?

Von Falk Röbbelen

Disruption! Kennen Sie? Klar! Dampfschiff ersetzt Segelschiff! Auto ersetzt Pferd! Batterie ersetzt womöglich den Verbrenner! Heute wird Disruption gerne zusammen mit ‚Einhörnern‘ und ‚IPOs‘ in Verbindung gebracht. Wenn dann noch die Wörter ‚Energieplattform‘ oder ‚Energieökosystem‘ ins Spiel kommen, dann sind wir bereits bei 1Komma5°.

„1Komma5° – schon der Name ist genial! Dieses Klima-Ziel, die menschengemachte Erderwärmung im 20-Jahresmittel auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen – das wir leider bereits im Jahresmittel der letzten zwölf Monate und nicht erst wie gehofft im Jahr 2040 gerissen haben – ist in aller Munde. Und das wird auch für diese beeindruckende Firma gelten – wenn es nicht schon der Fall ist.

Erst vor knapp drei Jahren, nämlich im Juli 2021 wurde sie von vier Mann gegründet. Mit einem von diesen vier haben wir ge-

sprochen. Er heißt Micha Grüber, ist 40 Jahre, Hamburger, Wirtschaftsmathematiker und lebt mit seiner Familie in Eppendorf. Nach seinem Studium hat er bei M.M. Warburg & Co das M&A-Geschäft gelernt und schnell erkannt, dass es ihn reizen würde, selbst ein Unternehmen mit aufzubauen. So fing er bei einer Hotelkette an, die seinem Onkel gehört, und verfolgte bereits dort erfolgreich eine Buy-and-Build-Strategie. Dann wurde er CFO bei CAPinside und lernte dort Philipp Schröder kennen, der in diesem Unternehmen

Unternehmen:
1KOMMA5° GmbH

Schwerpunkt:
1KOMMA5° betreibt die Energie-Software-Plattform „Heartbeat“ und schafft so ein virtuelles Kraftwerk, das Photovoltaik, Stromspeicher, Wärmepumpen und Ladesäulen der Kunden mit dem Energiemarkt vernetzt und die Rentabilität der Kundenanlagen deutlich erhöht. Das Unternehmen bietet einen One-Stop-Shop für den Kauf und die Installation individueller und intelligenter Energie-Systemlösungen. Ziel ist es, eine europaweit marktführende Hard- und Softwareplattform zu entwickeln, die in der Lage ist, 500.000 Gebäude pro Jahr auf klimaneutrale Stromerzeugung, Wärme und Mobilität umzustellen.

Gründung:
Juli 2021

Sitz:
Hamburg, Neuer Wall 35

Standorte:
72 mit 1.900 Mitarbeitern in Deutschland, Schweden, Finnland, Dänemark, Spanien, den Niederlanden und Australien.

www.1komma5grad.com



ebenfalls Gründer und Investor war. Nach dem – trotz Corona-Bedingungen – erfolgreichen Exit gründeten sie gemeinsam die 1Komma5° GmbH, und dieses Unternehmen macht bereits heute fast eine halbe Milliarde Euro Umsatz, hat knapp 2.000 Mitarbeiter an über 70 Standorten in sieben Ländern auf zwei Kontinenten, ist profitabel, bankable und voll im Plan – alles keine Standards für ein Start-up nach so kurzer Zeit.

Aber 1Komma5° will auch nicht Standard sein, sondern Standards setzen: im Gigatrend Energiemarkt.

Nachdem Europa bei Künstlicher Intelligenz, Elektroautos und Batterien den Trend verschlafen habe, sähen sie im Energiemarkt die Chance, dass eine europäische Trillionen-Dollar-Company entstehen könnte, an der sich über die Börse auch die Kunden beteiligen können. Ein sehr wertvolles Puzzlestück zu Beginn war, dass der Privat-Equity-Profi Dr. Michael Hinderer die Dynamik der Idee erkannte, Beiratsvorsitzender wurde und parallel sein Netzwerk aktiviert hat.

So konnte nicht nur zügig der Proof-of-Concept finanziert werden, sondern es gab auch von Beginn an spannende Gespräche z. B. mit Porsche, die seit der ersten Finanzierungsrunde an Bord sind. Für die Glaubwürdigkeit weiterer Investoren genauso wie für Kunden ist entscheidend, dass nach den vollmundigen Ankündigungen auch die Umsetzung funktioniert. Eine derartige komplexe Strategie auf den Monat genau zu planen und umzusetzen – das ist tatsächlich beeindruckend und lockt weiterhin Investoren.

Nachdem Team und Thema passten, entwickelten die vier Gründer einen 3-Stufen-Masterplan: Stufe EINS ist ein One-Stop-Shop für Klimaschutztechnologie für Privat- und Gewerbekunden oder auf Deutsch „der Kauf und die Konsolidierung von Handwerksbetrieben, um gemeinsam Photovoltaik, Speicher, Wärmepumpen und Wallboxen zu verbauen“.



Der Markt dieser Handwerksbetriebe war und ist analog und fragmentiert – mit mehreren tausend Betrieben deutschlandweit. Doch sehr schnell gelang es, innovationsgetriebene Handwerker zu begeistern, und schon im Dezember 2021 ging man mit den ersten fünf Unternehmern zum Notar, um den Kauf ihrer Handwerksbetriebe mit sogenannter „zweigeteilter Transaktionsstruktur“ zu besiegeln: Die Eigentümer erhalten einen Teil in Cash und eine wirtschaftliche Rückbeteiligung an der Gesamtgruppe. Das sorgt für eine Interessensgleichschaltung, auch wenn sie nicht direkt Anteilseigner werden. Viele Handwerker erkennen sehr schnell die Vorteile der Digitalisierung und Standardisierung, die 1Komma5° aus der Gruppe heraus ermöglicht und die bereits heute zu einer Kosteneffizienz von bis zu 50 Prozent führt. Dies initiiert mehrere Anfragen pro Woche von weiteren Betrieben, die an dieser Entwicklung teilhaben wollen. Zwischenzeitlich gab es 34 solcher Transaktionen, und allein in Hamburg arbeiten bereits rund 200 Handwerker für 1Komma5°.

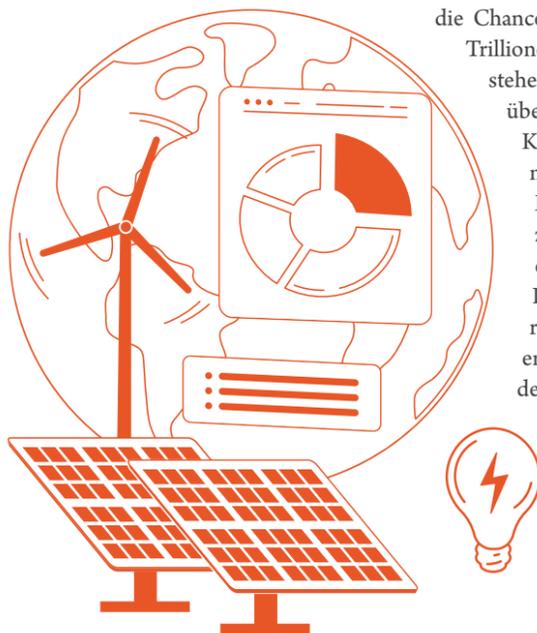
Stufe ZWEI des Masterplans ist die ‚Virtual Assembly‘ – die Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette im Handwerk. Entscheidend für die Effizienz der Handwerker ist die selbstentwickelte Software, also die Plattformlösung, die allen Betrieben zur Verfügung steht, um die gesamte komplexe Prozesskette effizienter abbilden zu können. An dieser ‚Virtual Assembly‘ und der ‚Heartbeat-Plattform‘

arbeiten zwischenzeitlich tagtäglich mehr als 150 Entwickler. Step DREI der zukünftigen Energieversorgung: ein Marktplatz, auf dem Energie gehandelt werden kann – möglich durch das Energiemanagementsystem ‚Heartbeat‘ – eine kleine, vermeintlich unscheinbare Box, die im Heimnetzwerk installiert wird und alle Hardwarekomponenten miteinander vernetzt, um sie steuern zu können.

So wird dem Kunden ein optimaler Eigenverbrauch für sein individuelles Nutzungsverhalten mit den günstigsten Strombedingungen ermöglicht.

Für dieses Energiemanagement bietet der Strommarkt perfekte Ansätze, denn je größer der Anteil der erneuerbaren Energien wird, desto volatil werden auch die Preise. Steigt also das Stromangebot zu Zeiten geringer Nachfrage, dann sinkt der Preis. So weit, so logisch! Spannend wird es, wenn man das prognostizieren kann – und zwar sowohl die Preisentwicklung als auch den individuellen Verbrauch. Und das ist möglich. Nehmen wir an, in zwei Nächten ist ein Wintersturm angekündigt. Dieser wird für eine enorme Produktion von Windkraft

Drei Jahre nach Gründung: profitabel, bankable und voll im Plan!





sorgen – aber eben nachts, wenn alle schlafen und keiner die gewaltigen Strommengen abnimmt. Der Strompreis kann dann schnell negativ werden, d. h., es wird Geld für die Abnahme bezahlt. Dieser sogenannte ‚Lastenabwurf‘ wird von der Industrie bereits seit Jahren genutzt. Wenn nun auch ‚Heartbeat‘ das weiß und nutzt, indem die Steuerung dann das E-Auto oder den Pufferspeicher der Wärmepumpe lädt, verdient der 1Komma5°-Kunde für diese Abnahme in einem dynamischen Stromtarif sogar Geld.

Diese Steuerung des Preis- und Nutzungsverhaltens durch ‚Heartbeat‘ geht aber nur mit einem Smart Meter – also einem intelligenten digitalen Stromzähler, der nicht einmal im Jahr analog abgelesen wird, sondern in Sekunden-Intervallen Stromsignale nutzen kann und Preissignale akzeptiert. Auch ein solcher Stromzähler wird von 1Komma5° in der Regel mit eingesetzt, denn mit der Installation von Smart Metern befinden wir uns in Deutschland leider noch in der Steinzeit – im Gegensatz (wie so oft) zu Skandinavien, wo bereits viele 1Komma5°-Kunden mit ihrer intelligenten Stromnutzung Geld verdienen.

In Deutschland bietet 1Komma5° seit diesem Jahr zumindest einen dynamischen Stromtarif an, genannt Dynamic Pulse, der für Kunden mit einem entsprechenden System eine Strompreisgarantie für 15ct pro kWh bietet;

der Beginn einer Dynamik in einem eher verkrusteten Strommarkt.

Hardware – Software – Marktplatz: Das ist das Apple-Prinzip. Und daran erinnert auch der Flagship Store am Ballindamm, auch Showroom genannt. Dort wird das Thema „Energie“ todschick und sexy verpackt. Raus aus dem Industriegebiet, rein in die Stadt. Das ist auch die Marketing-Idee: die Lösung, verbunden mit einem coolen Narrativ. Dies führt bei einigen Standorten zu bis zu fünfzig Prozent Empfehlungsgeschäft und bewirkt, dass 1Komma5° mit diesem Gesamtangebot eine Alleinstellung genießt.

Das Potential ist gewaltig: Micha Grüber geht von 75 Millionen relevanten Gebäuden in Europa – inkl. Mehrfamilienhäusern, aber auch kleineren Industriegebäuden – aus, davon zehn Millionen Einfamilienhäuser und fünf Millionen passende Gebäude in Deutschland. Von diesen haben in Deutschland zurzeit weniger als ein Prozent einen Smart Meter. Die Umsetzung dieser digitalen Elektrifizierung wird für die Energiewende entscheidend – viel entscheidender als die Dämmung dieser Gebäude. Die Politik gehe hier noch oft von falschen Annahmen aus, denn eine Wärmepumpe ist deutlich effizienter als eine Gasheizung – insbesondere, wenn der Strom dann so günstig ist wie bei 1Komma5°. Und ein ungedämmtes Haus, das mit Solar- oder Windstrom geheizt wird, ist aus CO₂-Sicht deutlich relevanter als ein Haus, das gedämmt ist, aber mit fossilen Energien versorgt wird. Jedes klimaneutrale Haus helfe nicht nur gegen den Klimawandel, sondern auch gegen demokratiefeindliche Autokratien, die wir mit Milliarden für ihre fossilen Energien bezahlen.

Ab 2025 sei es bereits verpflichtend, dass Smartmeter bei einem Heizungsaustausch mit angeboten werden müssen – das sei zumindest ein kleiner Schritt.



Strom abnehmen und damit Geld verdienen – mit 1Komma5°



Wie die Politik zukünftig unterstützen könne, wollen wir wissen. „Wenn sie so wenig wie möglich in den Markt eingreift. Und schon gar keine Subventionen, sondern eher mit Resilienz-Ausschreibungen oder direkten Investitions-Zuschüssen.“ Denn 1Komma5° bietet bereits heute Technologien und Produkte an, die wirtschaftlicher sind als solche, die auf fossilen Energien basieren. Eben dies sei die Chance, die Energiewende zu schaffen. Ein Einsteigerpaket mit einer 10 kWp Photovoltaikanlage und einem Speicher gibt es ab ca. 20.000 Euro, und es ermöglicht dem Kunden, dass er sein Gebäude annähernd CO₂-neutral betreiben kann.

Und wie geht es weiter mit ihrem Masterplan? In Berlin wird gerade ein TechLab für Entwickler aufgebaut, die dort in allen Bereichen forschen und weiterentwickeln, um noch besser, noch günstiger, noch schneller zu werden. 2024 will man 700 bis 750 Millionen Euro Umsatz machen, und bis 2030 will man rund 1,5 Millionen Gebäude mit erneuerbaren Energien versorgen. Wenn dann die Last auf den ‚Heartbeats‘ zusammengeschaltet wird, wird sie der Kapazität von 22 Atomkraftwerken entsprechen. Damit werde 1Komma5° ein wichtiger, wenn nicht der wichtigste Energieversorger in Deutschland sein.

Und der IPO? Man habe gemerkt, dass Aktie bereits jetzt ein häufig gesuchtes Wort in Kombination mit 1Komma5° bei Goo-

gle sei. Viele Kunden fragten auch direkt, wie sie sich beteiligen könnten. Und dies sei der logische nächste Schritt, den man nicht nur von Apple oder Tesla lernen könne: „Machen wir Kunden zu Gesellschaftern und damit zu Teilhabern des Projektes!“ Die nötige Transparenz und der für einen Aktienkurs emotionale Trend sowie das entsprechende Narrativ seien bereits vorhanden. Doch die Frage, die Micha Grüber bewegt, ist eine andere: „Wie können wir am meisten gesellschaftspolitischen Impact haben?“ Aber auch das misst sich natürlich am Umsatz, also am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens! Recht hat er – auch, wenn es keine wirklich neue Erkenntnis ist, dass auch ‚Gutmenschen‘, die etwas bewegen wollen, am meisten Einfluss in einem wirtschaftlich erfolgreichen Umfeld haben können. Zumindest dieses Umfeld haben die Gründer von 1Komma5° bereits geschaffen. Und sie haben gemeinsam Spaß – das sei ein entscheidender Faktor, wie er mehrfach betont. Das glaubt man ihm sofort – ebenso, wie man ihm die gewaltigen Ziele abnimmt! Warum auch nicht? Sie haben nun mehrfach bewiesen, dass man mit ihnen rechnen muss und dass sie ihre Ziele auch erreichen. Und so haben auch wir keine Zweifel, wenn er uns erklärt, dass der Erfolg von 1Komma5° das wichtigste Energieprojekt sei, das unsere Generation bearbeiten darf und muss – als hinge unsere Zukunft auch ein wenig von 1Komma5° ab. Dann weiterhin viel Erfolg!



„Kabinengespräche“ im JLR Flagshipstore von Hugo Pfohe

Von Michael Neher



📷 Marc Schultz-Coulon



Drei Volltreffer und ein guter Torwart. Auch das Timing hätte besser kaum sein können. Gerade erst hatte die DFL von ihrem umstrittenen Investorendeal Abstand genommen, da standen bereits DFB-Chef Bernd Neuendorf, HSV-Präsident Marcell Jansen und Sportjournalisten-Ikone Gerhard Delling Rede und Antwort. Wo? Beim exklusiven „Kabinengespräch“ von „DIE FAMILIEN-UNTERNEHMER“ und dem „FC Vorstand“ im JLR-Flagshipstore am Hugo-Pfohe-Hauptbetrieb in Fuhlsbüttel.

Aber der Reihe nach. Statt Premiumautos war bei dem hochkarätigen Event am 22. Februar das runde Leder der Star. Geladen hatte der Verband DIE FAMILIENUNTERNEHMER in Kooperation mit dem „FC Vorstand“, einem Zusammenschluss kickender Hamburger Führungskräfte. Motto des Abends: „Bühne statt Tribüne“ und die Frage: „Quo vadis, deutscher Fußball?“ Durch den illustren Fußballtalk führte Jörn Lauterbach, Redaktionsleiter der Welt-Gruppe in Hamburg und selbst noch aktiv zwischen den Pfosten der Ü40-Verbandsligatruppe des Niendorfer TSV.

Riecht es in der Amateurrkabine eigentlich anders als bei den Profis?

So ging denn auch, quasi von Spieler zu Spieler, die erste Frage direkt an Marcell Jansen, der noch für die dritte Mannschaft des HSV in der Landesliga kickt.

„Ob es in einer Profikabine eigentlich anders riecht als bei den Amateuren?“, wollte Talkmaster Lauterbach wissen.

„Natürlich nicht“, entgegnete Jansen und der ehemalige Nationalspieler weiter: „Warum auch, wir sind und bleiben doch unabhängig



von der Liga alle Fußballer!“ Einzig Kabinengröße und Nassbereich seien bei den Profis wohl deutlich komfortabler. Apropos, die Steilvorlage der DFL nutzte Lauterbach so gleich, um hohe Aktualität zu erzeugen und fragte in die Runde: Ob, und wenn ja, wer denn nach den immer nerviger gewordenen Investorenprotesten der aktiven Fanszene der Verlierer sei? „Eigentlich alle“, entgegnete das Podium einmütig. Denn schließlich liebten alle den Fußball, nur die Interessenlagen seien eben unterschiedlich.

Unverzichtbar: Dialog und Kommunikation

Marcell Jansen verwies dabei auf etliche Gespräche mit Ultra-Gruppierungen, die zwar nicht immer einfach, aber doch für beide Seiten unverzichtbar wären, weil sie eben Verständnis für die andere Seite wecken würden. Zudem sah der ex HSV-Aufsichtsratsboss das Positive darin: „Der Fußball muss sich weiterentwickeln und es ist doch bemerkenswert, dass es solch wertvolle Debatte gibt, aus der alle lernen können.“ Dem stimmte auch Gerhard Delling zu. Nur die Kommunikation sei eine Katastrophe gewesen und unterstrich

Der Autor



Michael Neher

Der Hamburger Autor arbeitet seit mehr als 30 Jahren für namhafte Tageszeitungen und Magazine (print/online) mit den Schwerpunkten Automotive, Service, Aktuelles, Lokales und veröffentlicht regelmäßig u. a. im Hamburger Abendblatt (lokale Autoseite), Arrive, Max, Fuhrpark, DUB Unternehmermagazin, schreibt für verschiedene Corporate-Titel und Automotiveportale sowie in seinem eigenen Blog:

autosalon-neher.de



seine These mit dem chinesischen Sprichwort: „Hast Du Geld, zahle Deine Schulden, hast Du keines, spare nicht mit Worten“. Trotz Tennisballflut und ferngesteuerter Autos, die drei prominenten Speaker konnten die Sorgen und Nöte der Fans verstehen. Damit der Fußball die schönste Nebensache der Welt bleibe, müssten deswegen jedoch alle Gruppierungen aufeinander zugehen und viel mehr miteinander sprechen, war der einhellige Tenor am Ende des Themas Fan-Proteste.

EM 24 im eigenen Land wird ein großer Erfolg

In die Verlängerung ging es bei der Frage, ob die EM 24 ein Erfolg werde. „Sie wird“, hieß es unisono. DFB-Boss Bernd Neuendorf verwies auf die bei einem internationalen Turnier noch nie dagewesene Kartennachfrage.

Für die 2,7 Millionen Tickets, die die UEFA für den freien Verkauf vorgesehen habe, gebe es bisher 50 Millionen Anfragen, betonte Neuendorf.

2,4 Millionen hätten sich alleine fürs Finale beworben. Raunen in der JLR-Fahrzeugausstellung.



„Alle drei Nordklubs sollen aufsteigen“

Lauterbach hakt nach: „Alles schön und gut. Aber eine WM in Saudi-Arabien kann doch nicht im Interesse des DFB sein?“ „Da möchte ich etwas klarstellen und erklären“, entgegnet Neuendorf: „Ich sitze nicht als DFB-Delegierter, sondern als europäischer Vertreter im FIFA-Rat.“ Und in dieser Funktion vertrete er eben europäische Interessen. Im Übrigen, wie sich der DFB bei dieser Frage positionieren werde, sei noch nicht final besprochen und entschieden. Nach langen 90 Minuten plus Nachspielzeit und Fragerunde beendete Jörn Lauterbach gegen 22:15 Uhr das exklusive „Kabinengespräch“. Kurz vor dem Abpfiff schloss Gerhard Delling mit dem Wunsch: „Und alle drei Nordklubs sollen aufsteigen!“ Viele Lacher und großer Beifall im Auditorium. Bei Ratsherren-Pils und Currywurst in der dritten Halbzeit klang der Abend in Hugo Pfohes JLR-Flagshipstore gegen 23 Uhr aus.



Exklusive Fußball-Einblicke für Verbandsmitglieder

Anzeige

ENTWICKLUNG
HELLO. - IMAGE BRO
 MARKENBERATUNG
 WEBSITES
DESIGN
 MESSSE
 CORPORATE DESIGN
 COIN MOIN
 BERATUNG
 LOGO
 DESIGN LOVE
 IMAGE BROSCHÜREN
PACKAGING
 DRUPAL CMS
 MARKENWELTEN
PASSION
 ILLUSTRATION
LABORATO www.laborato.de
TEXT

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMERDIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Anzeige

Vorstandswahl

Neues Führungsteam für DIE FAMILIENUNTERNEHMER
in der Metropolregion Hamburg

📷 Marc Schultz-Coulon



Gemeinsam für die inhabergeführten Unternehmen der Metropolregion Hamburg!

fen und auszubauen. Unter der Leitung der neuen Vorstandsmitglieder wurden klare Zielsetzungen definiert, darunter die Stärkung des inhabergeführten Unternehmertums, intensiver politischer Austausch, Förderung zukünftiger Generationen, die Organisation gezielter Veranstaltungen zu aktuellen Themen sowie die Gewinnung neuer Mitglieder und die Stärkung der öffentlichen Wahrnehmung des Regionalkreises.

Das Jahr 2024 verspricht bereits eine Vielzahl spannender Veranstaltungen und Initiativen, die seit Jahresbeginn erfolgreich umgesetzt werden.

Von Mittagstisch-Events über politischen Austausch, fachlichen Diskussionsrunden und einer Vielzahl weiterer Abendveranstaltungen werden Mitglieder und Interessierte die Möglichkeit haben, sich aktiv einzubringen und von den vielfältigen Angeboten des Verbandes zu profitieren.

Mit einem dynamischen neuen Führungsteam und klaren Zielsetzungen geht DIE FAMILIENUNTERNEHMER in der Metropolregion Hamburg optimistisch in die Zukunft, um die Interessen der Familienunternehmer zu stärken und eine lebendige Unternehmenskultur in der Region zu fördern.

Im Dezember letzten Jahres fanden Vorstandswahlen im Verband DIE FAMILIENUNTERNEHMER der Metropolregion Hamburg statt. Andreas Fischer-Appelt wurde zum neuen Regionalkreisvorsitzenden gewählt, und Sven Höppner übernimmt den Posten des Landesvorsitzenden.

Beide sind keine Unbekannten im Verband, sondern langjährige Mitglieder, die mit ihrer Erfahrung und ihrem Engagement neue Impulse setzen möchten.

Die Übernahme der Regionalkreisleitung durch Andreas Fischer-Appelt markiert einen nahtlosen Übergang von der erfolgreichen Amtszeit seines Vorgängers Henning Fehrmann. Fischer-Appelt bringt eine Fülle an Erfahrungen und Ideen mit, um die Arbeit des Verbandes weiter voranzutreiben. Ebenso wird Sven Höppner als neuer Landesvorsitzender eine entscheidende Rolle dabei spielen, die Interessen der Familienunternehmer auf Landesebene zu vertreten und zu fördern.

Die gemeinsame Klausurtagung im Februar war ein wichtiger Meilenstein, um die gemeinsamen Ziele von DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER im Regionalkreis zu schär-



Brödermann
Jahn

Active worldwide

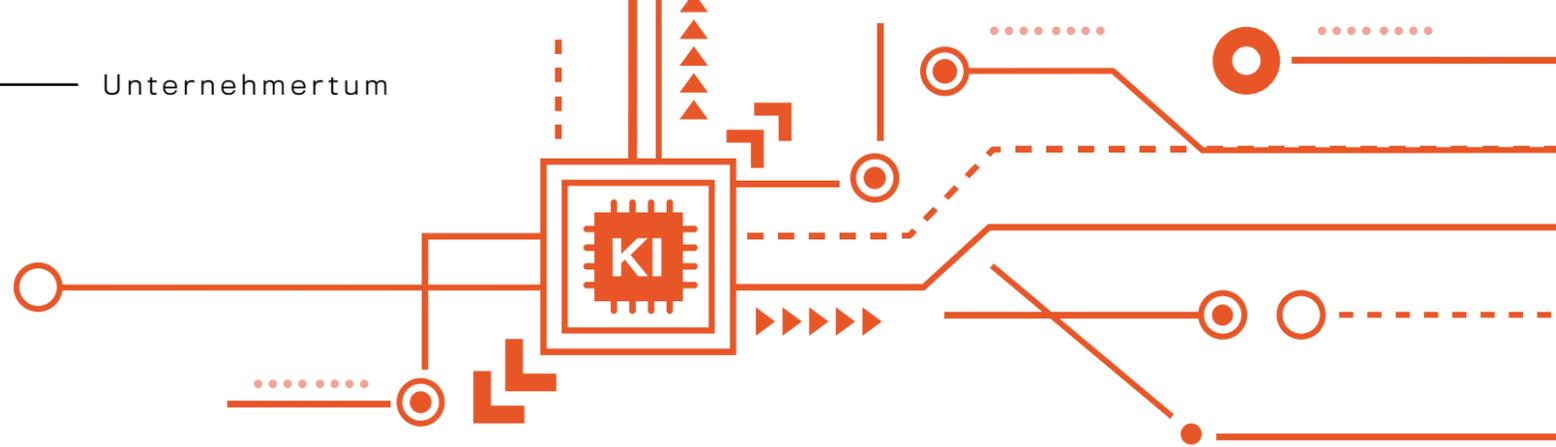
Überschreiten Ihre Verträge Grenzen?
Wir können cross-border!

Brödermann Jahn Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

ABC-Straße 15, 20354 Hamburg

Phone +49. (0)40.37 09 05 – 0

www.german-law.com

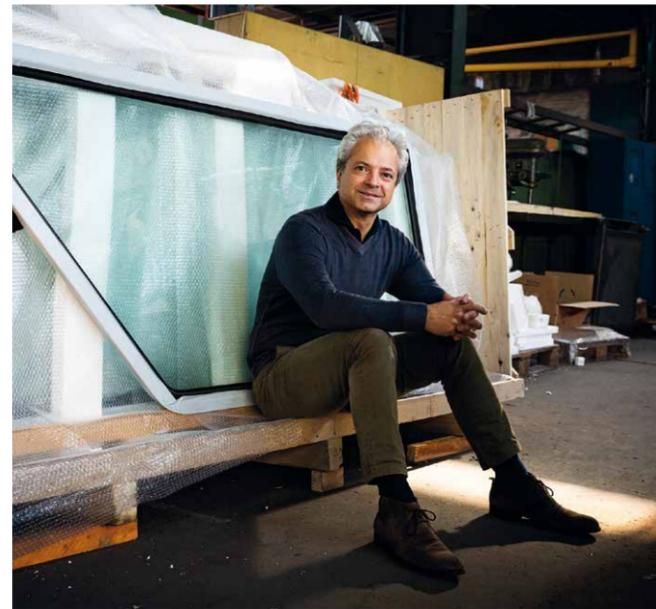


Neue Materialien mit KI

Henning Fehrmann transformiert die Materialforschung

Von Ina Siemer

Als Regionalvorsitzender der Familienunternehmer hat sich Henning Fehrmann immer für mehr Innovationsgeist und eine digitale Transformation engagiert – und dies im eigenen Unternehmen im Bereich der Schiffsbranche und des 3D-Drucks erfolgreich vorgelebt. Mit einem eigenen KI-Tool transformiert er nun die Materialentwicklung.



Henning Fehrmann

In einer Welt, die sich rasant verändert, bleibt Henning Fehrmann an der Spitze der Innovation: Nachdem er bereits High-Performance-Aluminiumlegierungen für 3D-Druck und Guss entwickelt hat, die den Markt national wie international revolutionierten, betritt er mit einem neuen KI-Tool das Terrain der Materialwissenschaft. Das Projekt verspricht, den Prozess der Materialentwicklung zugänglicher, schneller und effizienter zu gestalten. Materialwissenschaft ist ein komplexes Feld, in dem sich Forscher ständig auf der Suche nach neuen Materialien befinden, die stärker,

leichter oder umweltfreundlicher sind. Der Forschungsprozess kann langwierig und kompliziert sein, da er oft eine enorme Menge an Daten und Experimenten erfordert. Hier kommt das KI-Tool von Henning Fehrmann ins Spiel: Es ist wie ein intelligenter Partner, der Forschern hilft, schnell durch große Datenmengen zu navigieren und wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen.

Achim Tappe, CDO der eigens gegründeten FEHRMANN MaterialsX, betont, wie dieses Tool die Branche transformieren könnte: „Wir stehen am Anfang einer Revolution, die die Art und Weise, wie wir Materialien entwickeln und erforschen, verändern wird. Unser KI-Tool macht den Forschungsprozess nicht nur schneller, sondern auch präziser und effektiver.“



Achim Tappe

Bei der formnext, der führenden Branchenmesse für additive Fertigung und industriellen 3D-Druck, wurde das Hamburger KI-Tool bereits vorgestellt. Ein Forscher der Technischen Universität München kommentierte seine Erfahrung bei dessen probeweiser Nutzung folgendermaßen: „Die Fähigkeiten des Tools haben uns beeindruckt, und wir glauben, dass es unseren Arbeiten in Aluminium-Experimenten und -Simulationen erheblich zugutekommen könnte. Wir haben das Ergebnis für eine komplexe Problemstellung, an der unser wissenschaftliches Team 10 Tage gearbeitet hat, von dem Tool innerhalb einer Minute erhalten.“ Diese Worte spiegeln die tiefgreifende Wirkung wider, die die Innovation aus dem Hause Fehrmann auf die Forschungsgemeinschaft hat.

Wie ist das möglich? Die KI-Technologie von FEHRMANN MaterialsX zeichnet sich durch ihre Fähigkeit aus, komplexe wissenschaftliche Probleme in kleinere, handhabbare Aufgaben zu zerlegen. Stellen Sie sich ein komplexes Problem vor, das normalerweise Tage oder Wochen zur Lösung benötigen würde. Das KI-Tool kann diese Gleichung in kleinere Teilstücke zerlegen und schneller lösen – ähnlich wie ein Team von Experten, die zusammenarbeiten, um ein großes Projekt in Angriff zu nehmen.

Natürlich wirft der Einsatz solch fortschrittlicher Technologien Fragen auf – insbesondere, wie man sicherstellt, dass die Ergebnisse zuverlässig sind und wie man mit den ethischen Aspekten der Automatisierung in der Wissenschaft umgeht. Tappe ist sich dieser Herausforderungen bewusst und betont die Bedeutung einer sorgfältigen Bewertung und kontinuierlichen Überwachung der Technologie.

Henning Fehrmann und sein Team stehen an der vordersten Front dieser bemerkenswerten Entwicklung.

Mit ihrer Vision, das KI-Tool zu einem integralen Bestandteil der Materialwissenschaft zu machen, könnten sie den Weg für zukünftige Entdeckungen und Innovationen ebnen.

In einer Zeit, in der Effizienz, Nachhaltigkeit und Präzision im Mittelpunkt stehen, ist das Engagement des Unternehmers Fehrmann ein Beispiel dafür, wie Leidenschaft, Fachwissen und der Mut, neue Wege zu beschreiten, die Forschung und Entwicklung in der Materialwissenschaft und darüber hinaus vorantreiben können.

Es ist eine spannende Zeit für Wissenschaftler, Ingenieure und Industrieexperten, die gemeinsam an der Schwelle zu bahnbrechenden Entdeckungen und Innovationen stehen.



Unternehmen:
FEHRMANN MaterialsX

Schwerpunkt:
FEHRMANN MaterialsX bringt ein vielfältiges Team von Experten mit internationaler Erfahrung in Simulation, künstlicher Intelligenz und Datenwissenschaft zusammen. Das Team ist spezialisiert auf Materialinformatik – insbesondere auf die ultraschnelle digitale Entwicklung von Hochleistungs-Aluminiumlegierungen. Mit der KI-gestützten Lösung MatGPT® verschiebt FEHRMANN MaterialsX Grenzen und verkürzt die Entwicklung neuer Legierungen von Jahren auf Tage.

Gründungsjahr:
1895

Sitz:
Hamburg

www.materialsx.ai



„A20 – das wird gut.“

Aufklärungskampagne von sieben norddeutschen IHKs

Von Nathalie Rieck

Infrastruktur im Norden – ein leidiges Thema! Dennoch dürfen wir nicht müde werden, eine Verbesserung einzufordern. Deshalb unterstützt unser Verband die Kampagne „A 20 – das wird gut“ der sieben nördlichen Industrie- und Handelskammern. Diese soll nicht nur die Vorteile der A 20 für die Mobilitätswende, die Energiewende und die positive wirtschaftliche Entwicklung näherbringen, sondern gleichzeitig auch auf ihren Einfluss auf Naturschutz und Klimaerwärmung eingehen.

Über die A 20 wird seit zig Jahren regelmäßig berichtet, allerdings handelt es sich dabei nie um Neuigkeiten zu Baufortschritten oder gar der Verkehrsfreigabe. Stattdessen drehen sich die Berichte oft um Eingaben und Klagen von Umweltverbänden oder um erneute Verzögerungen durch erweiterte Planungsaufträge bzw. zusätzlich erforderliche Gutachten.

Damit diese für Norddeutschland so essenziell wichtige Infrastruktur endlich Realität wird, fordern die Wirtschaft und ihre Verbände eine Planungsbeschleunigung. Nun haben am 06. November 2023 Bund und Länder einen Pakt für Planungs-, Genehmigungs- und Umsetzungsbeschleunigung beschlossen und unterzeichnet. Darin stehen ebenso wichtige

wie oft angesprochene Aufgaben: Abbau von Bürokratie, Einführung von digitalen Verfahren sowie Aufbau von Personal in der Verwaltung! Dies soll auch für die Genehmigung von Verkehrsprojekten gelten und deren Planung sowie Umsetzung erleichtern – somit auch die A 20. Aber solange die Inhalte des Beschleunigungspaktes nicht in Gesetzgebungsverfahren umgesetzt sind und die Änderungen im Verwaltungshandeln Einzug halten, wird sich nichts an den Planungsverfahren ändern; der gute Wille der Politik allein reicht nicht aus. Gerade die A 20 könnte profitieren: Im Jahr 2009 wurde bei Bad Segeberg der letzte Abschnitt freigegeben. Im Jahr 2023 lagen die Planungen zum Abschnitt 3 aus: der Umfahrung Bad Segebergs. Im Laufe des Jahres 2024 wird der Planfeststellungsbeschluss erwartet, der dann allerdings noch die Klagefrist überstehen muss. Auch wenn sich alle Beteiligten in Bad Segeberg einig sind, dass die Stadt entlastet werden müsse und es dazu den Bau der A 20 mindestens bis zur A 21 dringend brauche, so kann niemand voraussagen, ob es nicht trotzdem wieder Klage(n) geben wird.

Trotzdem plant die DEGES, im nächsten Jahr mit den umfangreichen, vorbereitenden Maßnahmen zu beginnen. Der Bau des Abschnitts ist ab 2027 mit einer Fertigstellung 2031 geplant. Während dieser langen Jahre muss die Wirtschaft weiter Geduld aufbringen und im Vergleich zu anderen Standorten zusätzliche Kosten tragen.

Doch gibt es zumindest einen Hoffnungsschimmer, der mit dem ersten Spatenstich endlich real werden könnte.

Vorsichtigen Optimismus gibt es auch beim Elbtunnel: Im April 2023 wird der Abschnitt beim Bundesverwaltungsgericht (BVG) in Leipzig verhandelt. Es wäre ein Meilenstein für die gesamte A 20, wenn der Elbtunnel Baurecht erhielte. Allerdings kann der Tunnel dann noch nicht begonnen werden, weil der Abschnitt 7 in Schleswig-Holstein – von der A 23 bis zum Tunnel – und das Kreuz Kehdingen in Niedersachsen südlich des Tunnels ebenfalls rechtskräftige Planfeststellungsbeschlüsse brauchen, ehe der Tunnel gebohrt werden kann. Abschnitt 7 war bis Mitte Februar in der Auslegung; die Auslage von Kreuz Kehdingen ist noch in diesem Jahr vorgesehen.

Ganz ohne Klagen scheint es nicht zu gehen: Auch Abschnitt 1 in Niedersachsen – von Westerstede bis Jaderberg – wird erneut beklagt und voraussichtlich im Sommer vor dem BVG in Leipzig verhandelt. Die vielen Klageverfahren sowie der weiterhin unkonkrete Baubeginn und – fast noch wichtiger – die nicht fixierten Verkehrsfreigabetermine wirken ernüchternd! Wie lange soll die Wirtschaft in Norddeutschland noch im Stau stehen, kleinere Straßen und Orte unnötig belasten oder Investitionen infrage stellen, bis endlich die A 20 gebaut ist? Wie sollen die Themen der Energiewende, der Versorgung und der Fachkräftesicherung zukünftig sicher umgesetzt werden? Wie viele Versprechen soll sich die

Wirtschaft noch anhören, dass die Planung beschleunigt wird und etwas passiert?

Auf viele dieser Fragen gibt es keine einfachen und oft keine ermutigenden Antworten. Aber: Verzagen passt nicht zur Wirtschaft! Wir brauchen Lösungen und müssen uns für diese einsetzen! Sieben IHKs aus Norddeutschland haben sich zusammengeschlossen und eine Kampagne gestartet: „A 20 – das wird gut“. Neben intensiver Politikearbeit soll vor allem Aufklärung betrieben werden: Warum brauchen wir die A 20? Wo stehen wir, und was braucht es zur Umsetzung? Denn Planungsbeschleunigung allein wird nicht ausreichen. Bei all den heftigen Diskussionen um den Haushalt darf am Ende das Geld für den Bau nicht fehlen! Baurecht für einen A 20-Abschnitt muss heißen: Hier wird gebaut!

Die Kampagne ist offen für alle Interessierten und wird vom Landesverband Schleswig-Holstein unterstützt.



Anzeige

LECARE

Bye Bye, Papierakte!

Alle Verträge Ihres Familienunternehmens jederzeit digital im Griff!



040 480017-15
hello@lecare.com

Sicher. Flexibel. Persönlich.

Die Politik muss Nachfolgern Mut machen!

Von André Schulte-Südhoff und Felix Cordova-Lehmann

50 Prozent der größeren deutschen Familienunternehmen planen in den kommenden drei Jahren die Übergabe. Doch 42 Prozent von ihnen haben noch keinen Nachfolger aus der Familie. Ein wichtiger Grund ist die demografische Entwicklung. Allein dadurch ist aber der starke Rückgang, vor allem in den beiden letzten Jahren, nicht zu erklären. In Befragungen berichten Unternehmer von starker Verunsicherung über die wirtschaftliche Zukunft, steigenden Kosten für Energie, den Fachkräftemangel sowie von enormer Regulierungsdichte.

Als Nachfolger der zweiten Generation wissen wir, dass die Übernahme immer ein Schritt ins Ungewisse ist. Herausforderungen und Krisen gehören zum Unternehmertum dazu. Allerdings besitzt die Politik eine Menge an Möglichkeiten, den Rahmen für unternehmerisches Wirtschaften attraktiv zu machen. Derzeit gehen von der Bundesregierung eher demotivierende Signale aus. Obwohl Deutschland tief in Strukturproblemen steckt und seit Jahren immer mehr an Wettbewerbsfähigkeit verliert, gibt es kaum Impulse, den Mittelstand endlich in der Breite zu entlasten. Initiativen

wie das Wachstumschancengesetz, das Bürokratieabbaugesetz oder der Beschleunigungspakt werden im Gesetzgebungsprozess verwässert oder ganz aufgehoben.

Die Planlosigkeit beim Krisenmanagement inmitten einer sich verschärfenden Wirtschaftskrise zeigt sich auch daran, dass der Wirtschaftsminister echte Entlastungen immer wieder ausschließt. Zum Beispiel den Abbau des Solis auf Unternehmenssteuern. Außer Subventionen wie den Industriestrompreis gibt es von ihm keine substanziellen Lösungsvorschläge.

Die daraus resultierende Ungewissheit trägt dazu bei, dass junge Nachfolger skeptisch sind, ob sie das Unternehmen übernehmen sollen. Um dieser Generation Mut zu machen, braucht es daher umgehend Entlastungen, die schnell in der Unternehmenspraxis ankommen. Denn die wirtschaftspolitische Planlosigkeit bedroht viele Familienunternehmen, die darum kämpfen müssen, auch noch in der nächsten Generation eigenständig zu existieren.

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER



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

Niedersachsens Landesvorsitz

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)



DIE JUNGEN UNTERNEHMER - in Zukunft noch jünger!

Thomas Hoppes Pläne für den Ausbau des Verbands

Von Gabriela Friedrich

📷 Anne Großmann Fotografie



Thomas Hoppe, der am 17.11.23 neu gewählte Bundesvorsitzende des Verbandes DIE JUNGEN UNTERNEHMER, ist ein Niedersachse. Der HAMBURGER UNTERNEHMER hat mit ihm über seine ersten Erfahrungen im Amt, Zukunftspläne und politischen Überzeugungen gesprochen.

Seit der 35-jährige Unternehmer aus Hannover Sarna Rösers Nachfolge angetreten hat, hat Thomas Hoppe nur noch wenig Zeit für seine eigenen Unternehmen: Er ist Geschäftsführer und Gründer der Schülerkarriere GmbH, die mittlerweile eines der bundesweit größten Karriere-Netzwerke für Schüler ist. Daneben gründete Hoppe die Office-Sharing Firma work connect GmbH und besitzt eine Beratungs- und Beteiligungsgesellschaft für Start-ups – die InvConNet GmbH. Seit 2021 ist er Gesellschafter und Berater bei der EDUvation GmbH.

Meist ist er unterwegs im Dienst des Verbandes: Er besucht die Regionalkreise, insbesondere die Regionen, in denen es Probleme gibt, und spricht mit den Mitgliedern über ihre Herausforderungen. Ein wenig erinnert es an den Grundsatz der verstorbenen Königin Elisabeth II. „You have to be seen to be believed“ („Man muss dich sehen, um dir zu glauben“), wenn Thomas Hoppe erzählt, dass er im Dezember 2023 auf den Weihnachtsfeiern von 12 Regionalkreisen gewesen sei, um mit den Jungunternehmern zu sprechen, ihre Anliegen zu hören und sich selbst bekannt zu machen. Aber er trifft sich auch mit deutschen Spitzenpolitikern: Den Dialog mit Christian Lindner und Friedrich Merz hat er bereits begonnen, während der Austausch mit den anderen Parteien, insbesondere mit unkonventionellen Vertretern wie Kevin Kühnert, SPD, und Omid Nouripour, Bündnis 90/DIE GRÜNEN, noch auf sich warten lässt. Und auch beim WEF in Davos war Thomas Hoppe dabei – für Insider-Informationen und zum globalen Networking.

Bei so viel Reisetätigkeit ist es nicht überraschend, dass Thomas Hoppe mir das Telefoninterview gibt, während er im Auto unterwegs ist. „Sarna hat einen super Job gemacht!“, lobt er seine Amtsvorgängerin, während er zum nächsten Termin braust. „Sie war bekannt wie ein bunter Hund, wurde von allen großen Medien als Gesprächspartnerin eingeladen. Diese Bekanntheit und Sichtbarkeit muss ich mir erst einmal aufbauen – das ist ein Prozess. Zudem bin ich stolz und froh, Sarna 'beerben' zu können sowie sie als Sparringspartner an der Seite zu wissen.“

„Der Verband soll jünger werden und mehr Gründer ansprechen!“

In welche Richtung möchte Hoppe DIE JUNGEN UNTERNEHMER in den Jahren seiner Amtszeit führen? Da hat er klare Ziele: „Viele der aktuellen Mitglieder sind Nachfolger, und ihr 40. Geburtstag – und damit der Wechsel in den Verband der Familienunternehmer – rückt näher. Ich selbst bin Gründer und möchte daher mehr junge Gründer, quasi Familienunternehmer der 1. Generation, für eine Verbandsmitgliedschaft begeistern. Bei einem Austausch zwischen Gründern und Nachfolgern würden beide Seiten profitieren.“

Er hat sogar schon ein Event-Format konzipiert, um diesen Austausch zu initiieren: „Gründer meets Familienunternehmer“.

Zentrales Element ist ein Pitch Contest der Gründer, den eine aus Familienunternehmern bestehende Jury bewertet. Angedacht hat er zunächst Test-Veranstaltungen zu den Themen Education, Energy und Health, die er mit Partner-Unternehmen in Bielefeld, München und Essen durchführen möchte. Wenn das Format gut anläuft, plant er, es bundesweit in weiteren Städten zu etablieren. Auch um größere Bekanntheit des Verbandes in der Gründerszene geht es ihm. Und diese Bekanntheit möchte er ausbauen und nutzen, um auch Junioren als Mitglieder zu gewinnen. Dabei hat er die Al-

Mehr interessanter Input von der Altersgruppe 18 bis 25!

Anzeige

Unsere Kunden sind nachhaltig, weil unsere Produkte nachhaltig sind.

Qualitativ hochwertige Rostschutzfarben mit geringer Umweltbelastung, wie Brantho-Korrux „3in1“, sichern eine lange Lebensdauer für Maschinen, Anlagen, Brücken, Masten, Geländer, Fahrzeuge usw. und helfen dadurch nachhaltig Rohstoffe, Energie und Entsorgungsaufwand einzusparen.

Brantho-Korrux „3in1“ ist gleichzeitig so unbedenklich, dass es für Kleinkinderspielzeug eingesetzt werden darf (EN 71-3,) und so gut, dass es Korrosionsschutz nach DIN-EN-ISO 12994 ebenso sichert wie nach NORSOK-Vorgaben (für Atlantik-Bohrinseln).

Metallschutzfarben - Instandhaltungsfarben



Sicherheit von Spielzeug, Migration von Schwermetallen, Grenzwerte weit unterschritten, Alle Anforderungen erfüllt, Schwermetallanteile ca. 99% unter den aktuellen Grenzwerten!

NORSOK-Test M 501, Ed. 6, Sys 1, 4.200 Stunden Wechsellast mit Ritz, UVA-Belastung, Kondensation, Wärme + 60°C, Kälte -20°C, Salzsprühnebelprüfung, Zwischenhaftung beim Nachstreichen ohne anzuschleifen.



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

www.rostschutzfarbe.de



tersgruppe von 18 bis 25 Jahren im Auge, die aufgrund ihrer Perspektive interessanten Input liefern könnte und dem Verband DIE JUNGEN UNTERNEHMER lange als Mitglied erhalten bliebe. Dazu wird der Klub der Junioren ebenfalls stärker in den Fokus gestellt, um u. a. bei den Familienunternehmer-Events mehr Kinder der aktuellen Mitglieder über 40 Jahren für den Verband zu begeistern.

„Unterstützung der Mitglieder ist mir besonders wichtig.“

Dass Thomas Hoppe möglichst dicht dran an allen Mitgliedern sein möchte, hat er bereits deutlich gemacht. Dafür fährt er kreuz und quer durch die Republik. Aber dazu gehört für ihn auch mehr Einsatz beim Onboarding neuer Mitglieder. Schließlich sollten sie sich möglichst schnell wohl und als Teil einer starken Community fühlen.

Und auch ein Budget-Topf für Events ist Teil seiner geplanten Mitgliederunterstützung.

„Ich bin gerade dran, große neue Sponsoren zu gewinnen. Diese werden es erlauben, einen Budget-Topf zu schaffen, mit dem Events der Regionalkreise finanziert werden können. Für die Verteilung der Gelder soll es ein Bewerbungsverfahren geben.“

„In einer globalen Wirtschaft sind Delegationsreisen von elementarer Bedeutung!“

Über die von Thomas Hoppe mitgeleitete Delegationsreise nach Israel hatten wir bereits in der Magazinausgabe 4/23 ausführlich berichtet. Für das Jahr 2024 organisiert der neue Bundesvorstand zusammen mit Unterstützung des alten Bundesvorstandes Reisen zu zwei neuen Zielen: Saudi Arabien Anfang Mai und das Silicon Valley in den USA im Oktober/November. Die Aussicht auf neue internationale Geschäftskontakte, Ideentanken, Recherche der Standortbedingungen und ein direkter Draht zur Regierung des jeweiligen Landes machen diese Reisen für viele Verbandsmitglieder so wertvoll.



Engagement im Ausland ist ohnehin elementarer Bestandteil von Thomas Hoppes Unternehmerleben. Wir sprechen über Klimapolitik – natürlich will Hoppe keine ideologiegetriebene Verbotspolitik, sondern technologieoffene Lösungen, die sowohl ökologisch als auch ökonomisch sind. In diesem Zusammenhang berichtet er auch von einem geplanten Projekt in Spanien, wo er derzeit mit Freunden aus dem Verband an einem Photovoltaik-/Wasserstoffprojekt arbeitet.

Wann, wie und wo auch immer sich der Unternehmer engagiert – er ist Pragmatiker und fordert gangbare Lösungen zu vernünftigen Konditionen. Dies macht ihn manchmal zu einem unkomfortablen Gesprächspartner für Politiker und Bürokraten. „Was für Entscheidungen trifft ihr?“, fragt er sie. „Trefft ihr sie mit Sachverstand und auf Basis einer tragfähigen finanziellen Planung?“ Heikle Themen anzusprechen, auf seinem Standpunkt der unternehmerischen Vernunft zu beharren und sich auch mal unbeliebt zu machen, schreckt Thomas Hoppe nicht. Von so viel Integrität und Rückgrat werden die Verbandsmitglieder der jungen Unternehmer sicherlich in den kommenden Jahren immer wieder profitieren, wenn Hoppe für ihre Belange kämpft.

Innovativ. Familiär. Hanseatisch.

Ihr Partner für den
Hallenbau.

Spezialist seit 1972



montagebau-hansa.de

 **HANSA.**

Die Buhck Gruppe auf Klimaschutz-Mission

Deutschlands erster klimaneutraler Umweltdienstleister

Von David Friedemann

📷 Marc Schultz-Coulon



Die Buhck Gruppe ist mit 35 Tochterunternehmen an 21 Standorten und 1.200 Mitarbeitern einer der größten Umweltdienstleister in Norddeutschland.

Das Unternehmen hat in den letzten Jahren alle Geschäftsbereiche und Produktionsabläufe auf den Prüfstand gestellt. Alles mit einem ehrgeizigen Ziel: bis 2030 ohne Kompensation klimaneutral zu werden. Wir treffen uns mit Dr. Henner Buhck, Geschäftsführender Gesellschafter der Buhck Gruppe, und Svenja Gelpke, Klimaschutzmanagerin der Buhck Gruppe, um mehr über diese Transformation zu erfahren.

Seit unserem letzten Treffen mit Dr. Henner Buhck (Interview HHUN, Ausgabe 04/2018) ist viel passiert: Die Buhck Gruppe hat eine weitere Halle mit modernster Sortiertechnologie in Betrieb genommen, das Gelände um weitere Flächen ergänzt und ein ehemals von DHL genutztes Verwaltungsgebäude energetisch saniert. Dieses wird nun für Tochterunternehmen der Buhck Gruppe genutzt. Die Buhck Gruppe hat ihren Hauptsitz in Reinbek, wo die Unternehmenszentrale in einem dankmalgeschützten Gebäude nach aufwendigen energetischen Sanierungen nun den KfW40-Standard erfüllt.



Die Geschäftsfelder des vor mehr als 120 Jahren als Fuhrbetrieb gegründeten Unternehmens reichen von der Entsorgung und Verwertung von Müll und Abfall mit eigenem Containerdienst über den Handel mit Baustoffen aus dem Recycling und der Natur sowie Beratungsdienstleistungen bis hin zum Rohr- und Kanalservice. Die Tochterunternehmen sind auf viele wichtige Bereiche der Umweltwirtschaft spezialisiert und ergänzen einander in ihren Leistungen.

„Wir sind stolz darauf, seit 2019 Deutschlands erster klimaneutraler Umweltdienstleister zu sein, wenn auch bisher nur durch Kompensation unserer unvermeidbaren Emissionen“, erklärt Dr. Henner Buhck.

Doch dieser Erfolg ist erst der Anfang: Die Buhck Gruppe hat ein ehrgeiziges Ziel und setzt auf eine Vielzahl von Maßnahmen, um den eigenen Treibhausgasausstoß weiter zu reduzieren und durch eigene Maßnahmen bis 2030 klimaneutral zu werden – ohne Kompensation. „Wir haben in den letzten Jahren schon sehr viele Maßnahmen umgesetzt, viel gelernt und natürlich auch viel investiert. Denn wirkliche Klimaneutralität umfasst alle Bereiche des Unternehmens“, zeigt Henner Buhck auf. „Doch bis zu unserem Ziel, der Klimaneutralität ohne Kompensation bis zum Jahr 2030, ist es noch ein weiter Weg. Wie sich dieser gestaltet, hängt nicht nur von uns ab, sondern auch von der stetigen Forschung und Entwicklung rund um alternative Energie- und Transport-

träger“, erklärt uns Henner Buhck. Doch einmal von vorn: Wie kam es zum Entschluss, alle Unternehmensbereiche unter dem Aspekt der Klimaneutralität neu zu betrachten? „Umweltthemen liegen uns als Umweltdienstleister in der DNA, denn wir befassen uns seit Jahrzehnten mit Recycling und Kreislaufwirtschaft. Wir haben allerdings nur eine Erde, und da spielen Klimaaspekte natürlich eine existentielle Rolle. Mit den ersten Aktivitäten auf diesem Weg stellte sich schnell die Frage, wie man die Themen auf die gesamte Gruppe ausrollen könne. Auf einem Führungskräfte-Workshop im Jahr 2020 wurden die Ideen besprochen, und wir waren überrascht, wie begeistert das Thema „Klimaschutz“ von unserem Führungsteam aufgenommen wurde“, so Henner Buhck. Das war der Startschuss für weitere Aktivitäten. Wir stehen auf dem Firmenareal in der Liebigstraße. Hier werden Tag für Tag Tonnen von Reststoffen getrennt und für weitere Recyclingprozesse aufbereitet. Mit Start der Bauabfallsortierung im Jahr 1986 hat die Buhck Gruppe damit begonnen, Rohstoffe aus Abfällen zu sortieren und wiederzuverwenden. Durch das Recycling der Rohstoffe werden täglich CO₂-Emissionen vermieden, die bei der Herstellung aus Primärrohstoffen anfallen würden. Auf dem Hof fährt ein vollelektrisch betriebener LKW vor, beladen mit einem der prägnant grünen Buhck Container. „Wir möchten zeigen, dass es geht! Dass Elektro auch im Bereich der LKW funktioniert! Vielleicht noch nicht auf Langstrecke, doch wenn man sich die wirklichen Einsatzgebiete anschaut, so ist der Radius bei vielen Unternehmen ausreichend, um diesen mit elektrisch betriebenen Fahrzeugen zu füllen. Neben den LKW setzen wir unter anderem auch auf E-Bagger und versorgen eines unserer Kanalinspektionsfahrzeuge zum Teil mit Strom, welcher



Buhck Gruppe

Schwerpunkt:

Die Buhck Gruppe ist in den Geschäftsfeldern Abfallentsorgung und -verwertung, Rohr- und Kanalservice und Baustoffhandel tätig. Ihre 35 Unternehmen verteilen sich auf 21 Standorte in Hamburg, Schleswig-Holstein und Niedersachsen. Der Hauptsitz befindet sich in Reinbek bei Hamburg. Die Brüder Henner und Thomas Buhck leiten das Familienunternehmen in der vierten Generation. Die Unternehmensgruppe befindet sich zu 100 % in Familienbesitz.

Gründung:

1899

Mitarbeiter:

1.200

buhck.de

direkt auf dem Fahrzeug gewonnen wird“, betont Henner Buhck. Die Einsatzorte, Radius und Lademöglichkeiten wurden analysiert. Nachdem die Rahmenbedingungen geschaffen waren, wurden bereits im Sommer 2022 zwei E-LKW in den Fuhrpark aufgenommen – vorerst als Testfahrzeuge. Doch schnell stellte sich heraus, dass das Konzept aufging und die Umstellung möglich sei. Deshalb werden im Laufe des Jahres 10 weitere vollelektrische LKW folgen.



Wir sprechen über die Bedeutung von Eigeninitiative und den Willen zur Veränderung: „Warum immer warten auf Vorgaben? Loslegen, jetzt ist es an der Zeit!“, mahnt Buhck. „Der Weg zur Klimaneutralität ist für ein mittelständisches Unternehmen wie unseres kein einfacher. Es erfordert nicht nur technologische Innovationen, sondern auch eine grundlegende Veränderung der Denkweise und Unternehmenskultur“, musste Henner Buhck feststellen. „Aber der Weg lohnt sich nach unserer Erfahrung auch wirtschaftlich: Unser Engagement hat vollkommen neue Impulse für noch intensivere Kundenbeziehungen gegeben, und in Zeiten des Fachkräftemangels ist eine klare Aufstellung zum Thema „Klimaschutz“ natürlich außerordentlich hilfreich. Außerdem ist eine CO2-Einsparung sehr häufig auch mit einer Kosteneinsparung verbunden.“

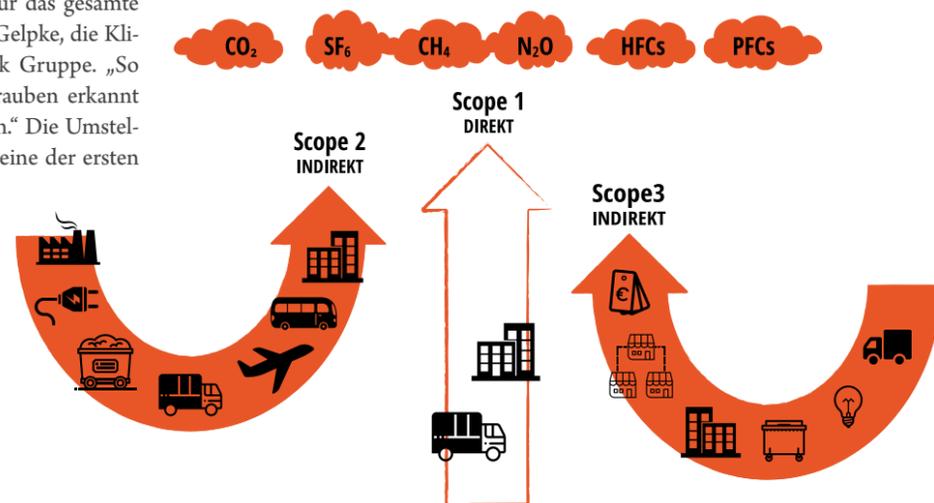
„Doch wenn man den Entschluss gefasst hat, beginnt die Reise der Transformation mit der Erstellung einer CO2-Bilanz für das gesamte Unternehmen“, erklärt Svenja Gelpke, die Klimaschutzmanagerin der Buhck Gruppe. „So können die richtigen Stellschrauben erkannt und gezielt angegangen werden.“ Die Umstellung des PKW-Fuhrparks war eine der ersten Maßnahmen.

Um diesen Schritt effizient umzusetzen, wurden am Standort Hamburg 26 eigene Ladestationen errichtet. Natürlich wurde auch der Strom auf Ökostrom umgestellt.

Bereits heute sind mehr als 50 % der PKW der Hamburger Gruppenunternehmen vollelektrisch, Tendenz stark steigend. Svenja Gelpke ist in Vollzeit für alle Belange rund um die Klimaschutzaktivitäten der Buhck Gruppe im Einsatz. Um die aktuellen Fortschritte, Ideen und das große Ziel auch für andere mittelständische Unternehmen sichtbar zu machen, wurde die Webseite der ‚Mission Klimaschutz‘ ins Leben gerufen. „Auf der Seite ist jeweils auch unsere Treibhausgasbilanz der letzten Jahre zu finden“, so Gelpke. „Für uns ist die Seite Dokumentation und Motivation zugleich.“

Jedes der 35 Tochterunternehmen der Gruppe wird genau analysiert, und es wird geschaut, welche Prozesse umgestellt werden können, und wie der Anteil erneuerbarer Energien erhöht werden kann. So wird die Abwärme aus industriellen Prozessen im Rahmen des von Buhck initiierten Forschungsprojektes

„CO2-Einsparung ist häufig mit einer Kosteneinsparung verbunden!“



MOBILE WÄRME mittels eines Speichersystems aufgenommen. Über die flächendeckende Buhck-Entsorgungslogistik erfolgt der Transport der Wärmeenergie zu Wärmeabnehmern aus Gewerbe, Industrie sowie öffentlichen Liegenschaften. Das Ergebnis: nahezu CO2-freie Wärme. Darüber hinaus wird in der unternehmenseigenen Biogasanlage in Trittau Strom aus Bioabfällen hergestellt. Mit diesem Strom wird unter anderem eine komplett grüne Stromtankstelle betrieben.

Auch die Produktion von Wärmeenergie in stationären Anlagen durch weitgehend ungenutzte Biomasse wie Grün- und Grasschnitt von Sekundärflächen (Parks, Flughäfen, Straßen und Brachflächen) schreitet voran. Ziel ist es, CO2-neutrale Wärme bereitzustellen.

Eines der jüngsten Tochterunternehmen ist ein Unternehmen zur Wiederverwendung von gebrauchten Photovoltaikmodulen. Die Module werden geprüft, aufbereitet und wieder in Verkehr gebracht. Durch jedes Modul, das weiterverwendet statt entsorgt wird, können ca. 300 kg Emissionen eingespart werden. Mittlerweile hat das Unternehmen bereits über 65.000 Module auf diesem Weg wieder in die Verwendung gebracht.

Henner Buhck fasst im Einstieg der Webseite die Motivation wie folgt zusammen: „Die Klimakrise gefährdet unsere Lebensgrundlage. Wir als familiengeführte Unternehmensgrup-



pe sehen uns in der Verantwortung, etwas zu unternehmen, denn die Veränderung beginnt immer bei einem selbst.“

Damit auch andere bei sich selbst beginnen können, ist die von der Buhck Gruppe erworbene In-House-Expertise kein Geheimnis, sondern wird gern mit anderen Unternehmen geteilt. „Wir freuen uns über das breite Interesse und den Austausch zu Maßnahmen, Möglichkeiten und Umsetzungen gesteckter Ziele – und natürlich über jedes Unternehmen, welches sich dieser spannenden Transformation anschließt.“

Alle Informationen zur Mission Klimaschutz auf www.mission-klimaschutz.de

Anzeige

FOTOGRAFIE
Marc Schultz-Coulon

Mitarbeiterfotos · Businessfotos · Veranstaltungen · Präsentationen · PR

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

www.schultz-coulon.de



Hamburg 2040

Die Innenstadt als Visitenkarte einer dynamischen Metropole

Dr. Malte Heyne



Hamburgs Innenstadt ist die Visitenkarte der Hansestadt – sie wird jedes Jahr von Millionen Tagesgästen und Touristen besucht. Hinzu kommen die Beschäftigten aus Hamburg und dem Umland. Welche Ideen hat die Handelskammer Hamburg für die Zukunft der City?

Wir müssen aber viel größer denken und ein innovatives und integriertes Konzept von Einkaufen, Dienstleistungen, Arbeiten, Wohnen und Freizeit entwickeln, mit dem neue Besuchsanlässe entstehen. Die Innenstadt der Zukunft wird kein reines Einzelhandels- und Gastronomiezentrum mehr sein: Kunst und Kultur in Form von Festivals unter freiem Himmel sind eine Möglichkeit, Menschen anzuziehen. Die temporäre Installation der zwölf riesigen Affenskulpturen des chinesischen Künstlers Liu Ruowang im Sommer 2022 auf der Mönckebergstraße war ein guter Beleg dafür. Auch Bildungseinrichtungen wie der gemeinsam von der Handelskammer-Weiterbildungstochter HKBiS und der privaten Hochschule HSBA Hamburg School of Business Administration genutzte Campus 75 an der Willy-Brandt-Straße beleben die City und können Vorbild für weitere Bildungseinrichtungen sein.

Elementar ist außerdem die lange überfällige Verbindung von Altstadt und Hafencity.

Die Handelskammer hat die Entstehung dieses urbanen Quartiers eng begleitet und immer wieder die Bedeutung einer fußläufigen Verbindung mit einer attraktiven Querung der sechsspurigen Willy-Brandt-

Mit Visitenkarten ist es ja so: Werden sie nicht pfleglich behandelt, bekommen sie nach einiger Zeit Knicke und einen schmutzigen Look. Damit die Hamburger Innenstadt auch künftig eine attraktive und moderne Visitenkarte bleibt, hat die Handelskammer 2021 mit dem Standpunkt Papier „Die Hamburger Innenstadt auf dem Weg in ihre Zukunft 2040“ eine Bestandsanalyse sowie Handlungs- und Projektvorschläge vorgelegt. Wir wollen die City zu einem innovativen, attraktiven und nachhaltigen Unternehmens- und Wohnstandort, einem Ort der Identifikation sowie einem Treffpunkt für alle weiterentwickeln. Dabei helfen seit mittlerweile 20 Jahren auch ganz entscheidend die Business Improvement Districts. In inzwischen neun Quartieren investieren die Grundeigentümer mit eigenen Mitteln in Aufenthaltsqualität und Pflege ihrer Quartiere.

Straße betont, damit City und Hafencity voneinander profitieren. Passiert ist kaum etwas, und mit der Eröffnung des Westfield Überseequartiers mit 200 Shops, großem Gastronomieangebot, Kino, Kreuzfahrtterminal und drei Hotels im April 2024 steigt die Sorge bei Unternehmerinnen und Unternehmern der Altstadt um die Attraktivität ihrer Standorte, wenn es nicht gelingt, die Besucher auch in die City zu ziehen. Ideenwettbewerbe für die Verknüpfung der Quartiere gab es genug – die Stadt muss hier dringend in die Umsetzung kommen. Schon ein großer Spielplatz auf dem Domplatz würde die Verbindung sehr beleben.

Für die Aufwertung der Innenstadt braucht es außerdem ein Miteinander von Arbeiten und Wohnen, denn Bewohner beleben Straßen und Plätze und bringen auch Kaufkraft in die City.

Auch wenn mehr Wohnraum nur Stück für Stück im Rahmen von Neubauten, durch Aufstockungen oder auch die Umnutzung von vorhandenen Gebäuden entstehen kann: Hier müssen Grundeigentümer, Entwickler, Politik und Verwaltung an einem Strang ziehen und Hindernisse zum Beispiel im Planungs- und Baurecht entschlossen beseitigen. Das gilt auch für den Bau der Einrichtungen, die zum Wohnen dazugehören wie Kindertagesstätten, Schulen, medizinische Angebote sowie Spiel- und Freizeiflächen.

Ist all das vorhanden, verringert dies auch lange Wege, die man gegebenenfalls mit dem Auto zurücklegt. Deshalb hat die Handelskammer das Zielbild der „15-Minuten-Stadt“ aufgegriffen. Das Konzept geht zurück auf den französischen Wissenschaftler Carlos Moreno und besagt, dass alle nötigen Angebote des täglichen Bedarfs innerhalb von einer Viertelstunde zu Fuß erreichbar sein sollten. Durchmischte Quartiere nach diesem Zielbild können die Lebens- und Aufenthaltsqualität steigern und damit auch attraktiver für Fachkräfte sein, die Hamburgs Unternehmen dringend brauchen. Die Hamburger Innenstadt bietet ideale Voraussetzungen, es umzusetzen.

Neue Besuchsanlässe durch ein integriertes Konzept

Dabei Autos völlig aus der Innenstadt zu verbannen, wäre aber ein schwerer Fehler. Zur Innenstadt mit ihren überregional bedeutsamen Einrichtungen gehört neben Fußgängern und Radfahrern sowie einem bedarfsgerechten Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs auch weiter der motorisierte Individualverkehr, weil viele zahlungskräftige Kunden auch aus der Metropolregion und dem ganzen Norden nur kommen, wenn sie die City auch bequem erreichen können. Die Gewerbetreibenden selbst brauchen vor ihren Geschäften smarte Ladezonen für Lieferungen, und für Handwerksbetriebe muss die City ebenso mit dem Transporter erreichbar bleiben wie für Menschen, die aus dem Umland mit ihrem Auto nach Hamburg fahren. Technologieoffenheit und Innovationsfreude bringen die klimagerechte Erreichbarkeit der Innenstadt hier weiter als Verbote. Nur, wenn es allen Akteuren gelingt, Hamburgs Innenstadt zu einem solchen innovativen, attraktiven und nachhaltigen Unternehmens- und Wohnstandort zu entwickeln, bleibt sie unsere Visitenkarte, wie es sich die Handelskammer in ihrer Standortstrategie „Hamburg 2040: Wie wollen wir künftig leben – und wovon?“ als Leitbild gesetzt hat.

Der Autor



Dr. Malte Heyne,
Hauptgeschäftsführer
Handelskammer Hamburg

In eigener Sache – DIE FAMILIENUNTERNEHMER Metropolregion Hamburg





Hirn-Transformation mit Gefühl

Neuroplastizität in Beruf und Privatleben

Von Gabriela Friedrich

Unser Hirn ist ein machtvolles Lernorgan, das sich zeitlebens in einem Transformationsprozess befindet. Seine erstaunlichen Fähigkeiten erklärt Mentalcoach Gabriela Friedrich.

Es ist erst wenige Jahrzehnte her, da glaubte die Wissenschaft, unser Gehirn entwickle sich nur in jungen Jahren und sei im Erwachsenenalter quasi fertig. Heute wissen wir: Unser Gehirn verfügt über die Fähigkeit, sich bis ins hohe Alter zu verändern – glücklicherweise, denn dies bedeutet, dass wir zeitlebens lernfähig sind. Aber was passiert eigentlich im Gehirn, wenn es lernt?

Im Gehirn sind ca. 100 Milliarden Nervenzellen (Neurone) miteinander verknüpft. Neurone bestehen aus einem Zellkörper (Soma), der den Zellkern umgibt, sowie vielen Fortsätzen zweierlei Art: den Dendriten und den Axonen. Die Dendriten nehmen elektrische Impulse von anderen Nervenzellen auf und leiten sie zum Zellkörper. Die Axone geben diese Impulse dann an andere Nervenzellen weiter. Die Übertragung von einer Zelle zur nächsten erfolgt an den Synapsen, wo der elektrische Impuls in einen chemischen übersetzt wird. Wenn wir etwas durch Wiederholung lernen, wird ein und dieselbe Kontaktstelle

(Synapse) wieder und wieder aktiviert, was dazu führt, dass die Impulse immer besser und stärker übertragen werden.

Lernen kann aber auch die Bildung neuer neuronaler Vernetzungen auslösen, indem neue Dendriten und Axone wachsen. So wird das neuronale Netz dichter und größer. Das Gegenteil passiert natürlich ebenfalls im Hirn: Aus Energiespargründen werden selten genutzte Verbindungen wieder abgebaut.

Unser Gehirn verändert sich also ständig – je nachdem, wie wir es benutzen.

Neugierige Menschen haben übrigens, wie Wissenschaftler der Uni Bonn schon im Jahr 2008 feststellten, ein besonders gut vernetztes Gehirn. Der Grund hierfür ist, dass Neugierde und auch Begeisterung die Ausschüttung von Botenstoffen wie zum Beispiel Dopamin verursachen, was wie Dünger fürs Gehirn wirkt. Stumpfes Wiederholen wie beim Vokabelpauken oder der widerwillige Versuch, sich in eine neue Software einzuarbeiten, können also keinen maximalen Lernerfolg erzielen. Viel schneller erlernt sich die neue Sprache mit Lerntools, die wirklich Spaß machen – oder, wenn man sich darauf freut, die neuen Wörter im Lieblings-Urlaubsland zu verwenden. Und auch die Software erschließt sich besser, wenn das Lernen durch

Vorfremde auf die Arbeitserleichterung beim Einsatz des Programms gepusht wird statt durch einen Chef, der Druck macht. Wer bereits zwei oder drei Fremdsprachen erlernt hat, wird weitere Sprachen übrigens leichter erlernen, weil die dafür zuständige Hirnregion nun darauf trainiert ist, Sprachen zu lernen. Neugieriges lebenslanges Lernen beschert uns also ein besonders gut vernetztes lernfähiges und -williges Gehirn – ein enormer Vorteil in unserer komplexen sich rasch verändernden Welt.

Emotionen spielen selbst dann eine große Rolle, wenn wir lernen, ohne uns dessen bewusst zu sein. Eine einzige stark gefühlsbesetzte Erfahrung kann ausreichen, um in uns Glaubenssätze, Überzeugungen oder Weltbilder entstehen zu lassen, die dann unsere weiteren emotionalen Reaktionen und unser Verhalten heimlich steuern. Dies gilt für negative Erlebnisse, die beispielsweise mit Angst, Schmerz oder Enttäuschung verbunden sind, genauso wie für positive. In der Kindheit entstehen derartige Konditionierungen besonders häufig, weil sie noch nicht vom Verstand hinterfragt und verhindert werden können. Da reicht es unter Umständen schon, dass dem kranken Kind von der Mutter die Eiscreme verwehrt wird, während das Geschwisterchen sie bekommt. Und in dem Kind entsteht die Überzeugung, es werde von der Mutter weniger geliebt als Bruder oder Schwester. Die neuronalen Vernetzungen mit den entsprechenden Synapsen bilden sich blitzartig und werden automatisch immer wieder aktiviert, sobald das Kind oder später der Erwachsene den subjektiven Eindruck erhält, andere würden bevorzugt. Und weil es erfahrungsgemäß im Leben niemals gerecht zugeht, wird es wahrscheinlich eine Menge Situationen geben, die diese entsprechenden Synapsen aktivieren und dadurch immer stärkere Reize übertragen. Auf diese Weise steuern die Verbindungen der Nervenzellen das Selbstbild („Ich bin weniger

wert als andere“) und die Vorstellung vom Platz in der Welt („Andere bekommen, was ich mir wünsche“).

Dass diese Überzeugungen auf eine Fehlinterpretation in der frühen Kindheit zurückgehen, erkennt der Betreffende in der Regel erst bei der Analyse mit einem Coach oder Therapeuten.

Dann wird ihm endlich klar, dass er damals das begehrte Eis nur deshalb nicht bekam, weil er krank und die Mutter um sein Wohl besorgt war. Manchmal genügt solch eine Erkenntnis bereits, um den negativen Glaubenssätzen den Garaus zu machen. Oft aber sind die neuronalen Verbindungen und die Aktivitäten der Synapsen im Laufe der Jahre so machtvoll geworden, dass sie aktiv und gezielt verändert werden müssen.

Seit bald 30 Jahren verwende ich in den Coachings mit meinen Klienten verschiedene hypnoseähnliche Methoden, die keine tiefe Trance erfordern. Dabei werden die neuronalen Verbindungen, die durch das Problem entstanden sind, mittels Sprache und inneren Bildern aktiviert und dann in kleinen Schritten peu à peu gelöst sowie durch Nervenverbindungen für die gewünschten Überzeugungen oder Gefühle ersetzt. In der Regel ist diese neuronale Transformation, die am Telefon stattfindet und oft nur wenige Minuten dauert, nachhaltig.

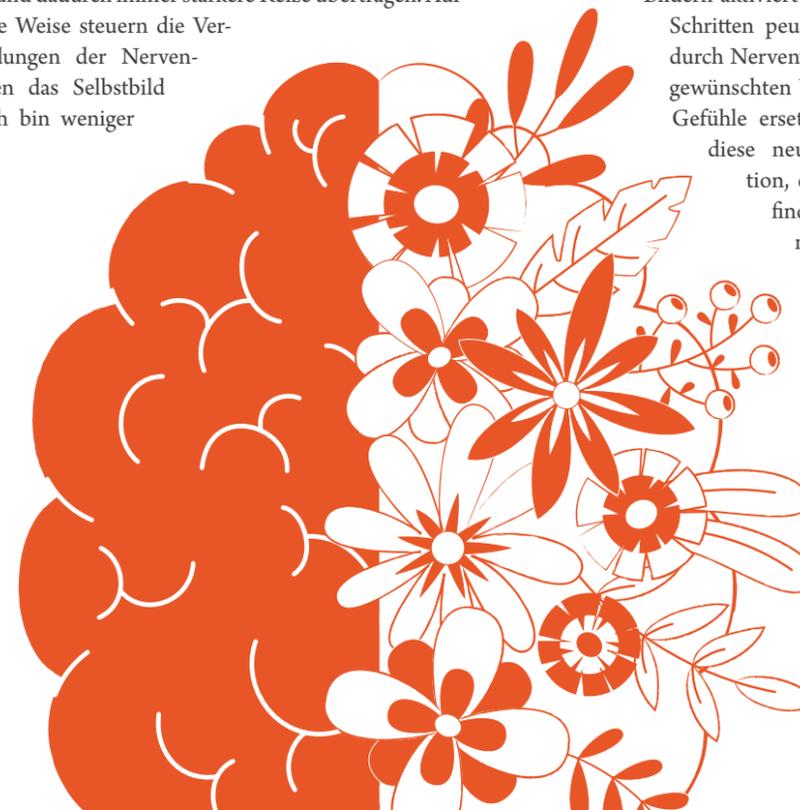
Die Autorin



Gabriela Friedrich ist seit 31 Jahren PR- und Marketingberaterin sowie Texterin, seit 30 Jahren ganzheitlich arbeitender Mentalcoach für berufliche und private Themen, fünffache Buchautorin, Verfasserin von mehr als 70 Fachartikeln und seit 2017 (Schluss-)Redakteurin des HAMBURGER UNTERNEHMERS.

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

www.hochsensibel-sensitiv.com



Pornohefte werden keusch!

Ateliergespräch mit Jan-Holger Mauss

Von Rene Spiegelberger



Portrait Jan-Holger Mauss von Bernhard Prinz

Ich freue mich sehr, bei dir im Atelier zu Gast sein zu dürfen. Wir haben zum Einstieg einige deiner Werke aus der Serie ONS (One Night Stand) angeschaut. Diese haben pornografische Hefte zur Grundlage, sind aber fast aggressiv-keusch. Was verbirgt sich hinter deiner Technik, und was bringt sie zum Ausdruck? Die Arbeiten entstehen durch das beidseitige Bearbeiten von gedruckten originalen Pornoheftseiten mit unterschiedlichen, teilweise von mir in Form geschnittenen Radiergummis, ohne das Papier zu beschädigen. Dabei entferne ich die Druckfarben so, dass die Aktdarstellungen nicht mehr erkennbar sind. Bei

Jan-Holger Mauss ist ein 1963 in Deutschland geborener Künstler. Er studierte an der Hochschule für Bildende Künste Hamburg Visuelle Kommunikation und Freie Kunst, unter anderem bei Werner Büttner. Er ist Transformationsästhet, beschäftigt sich mit (Bild-)Zeichen und Zeichensystemen, deren Referenzprioritäten nicht (mehr) eindeutig sind und inszeniert sich als Modell und Muse, Sammler und Kurator.

dieser Negativtechnik ergeben sich Probleme ähnlich wie z. B. bei der Bildhauerei: Zu Beginn kann ich zügig viel Druckerschwärze oder -farbe wegradieren. Je weiter die Arbeit fortschreitet, desto komplizierter und langsamer werden die Arbeitsprozesse. Dabei entstehen Objekte, die eine A- und B-Seite haben. Das öffnet zunächst einmal den Blick für die Hintergründe wie z. B. Landschaften mit Wasser, Steine, Pflanzen, Häuser oder Fahrräder. Es gibt natürlich auch Interieurs mit Klinker-, Kachel-, Bilderwänden, Vorhängen und Fenstersituationen. Diese Hintergründe sind seit der

Zeit der Entstehung von pornografischen Abbildungen bis heute eigentlich immer ähnlich und weisen, da der sexuelle Akt im Zentrum der Aufnahme steht, oft merkwürdige Anschnitte auf – auch Randunschärfen und Verzerrungen, die durch Aufnahme- und Reproduktionstechniken entstanden sind. Dadurch haben sie Ähnlichkeiten mit Hintergründen von Selfie-Fotos. Da eine ONS-Arbeit aber auch von der A- oder B-Seite in unterschiedlichem Durchlicht betrachtet werden kann, entstehen verschiedene Betrachtungsvarianten.

Durch die totale Reduktion nimmst du diesen Heften jegliche Schärfe – sie sind fast das Gegenteil dessen, was sie ursprünglich mal waren.

Teilweise radieren ich Seiten auch komplett aus oder lasse nur Rahmen oder Worte wie z. B. Namen stehen. Daneben gibt es Ausradierungen, bei denen ich nur die Tätowierungen der Darsteller stehen lasse. Dabei interessieren mich u. a. die zweidimensionalen Wiedergaben der durch die Stellungen der Modelle räumlich verzerrten zweidimensionalen Tätowiervorlagen – die Tätowierungen haben ja wiederum dreidimensionale Vorbilder, z. B. Anker, Drachen oder Herzen. So, als würde ich auf die zweidimensional wiedergegebenen Verzerrungen auf den Körpern von Hendrick Goltzius' Druckserie „Stürzende“ von 1588 schauen, wenn diese tätowiert wären. Die Sammlung der ONS Tattoo-Arbeiten lässt sich nach Motiven oder ihrer Historie ordnen und präsentieren oder auch alphabetisch nach



Installationsfotos Jan-Holger Mauss aus der Ausstellung „ORIGINAL-COPIE“, 2014 in der Laura Mars Gallery, Berlin

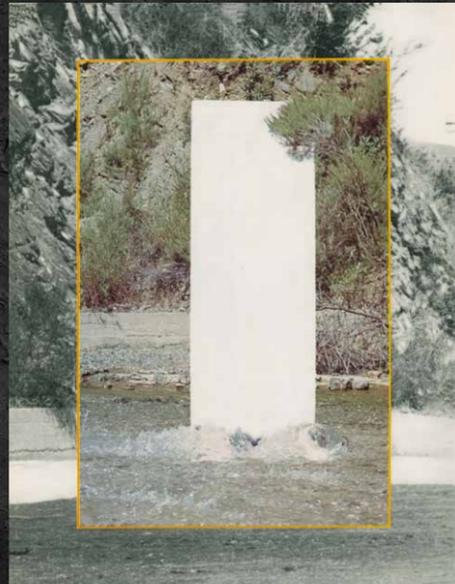
Tätowierern oder Modellen, die man ja anhand ihrer Tattoos identifizieren kann. So ist das alles ein Finden und Suchen nach Erkenntnis durch das Ausradieren. Dadurch entwickelt sich etwas, was ich vorher nicht sehen oder denken konnte. Das Wegnehmen lässt mich bestimmte Dinge besser sehen. Auch Dinge, die in der Pornografie eine Rolle spielen, zeigen sich.

Das bekannteste Selbstportrait deines Lehrers an der HfbK Werner Büttner ist von 1981 und betitelt mit ‚Selbstbildnis im Kino onanierend‘. Hat Büttner mit seiner freien Sexualmoral und dem Umgang mit der eigenen Sexualität Einfluss auf dich gehabt?

Nein, ich finde eher das Recyclen von Pornoheften über ihre Verwandlung zu Pulpe zum Papierschöpfen hinaus interessant. Aber natürlich hat Werner Büttner einen ganz wichtigen Einfluss gehabt, allerdings nicht unbedingt dieses Bild. Ich habe u. a. ein Werk von ihm, das ich während meines Studiums gegen eine Arbeit von mir getauscht habe: „DEIN HIRN IN DEINEN ARMEN, SO“. Es ist auch ein Selbstportrait von ihm, sogar ein Doppel-Selbstbildnis, in dem er sich selbst im Arm hält. Das hat mich viel mehr beeinflusst. Beim Ausradieren z. B. bewege ich meine rechte Hand mit dem Radiergummi über die Oberfläche des Papiers, um Druckfarbe zu entfernen. Meine Augen registrieren die Veränderungen, und mein Gehirn bestimmt meine Handbewegung: Hand – Auge – Hirn – Hand – Auge – Hirn – mein Hirn in meiner Hand, meine Hand in meinem Hirn, so. Sowas hat Werner Büttner – als ein wirklich hervorragender Lehrer – in seinem langen Marsch zur Qualität initiiert. Andere für mich wichtige Lehrer sind auch Horst Bredekamp, Georg Jappe, Fritz Kramer, Matthias Lehnhardt, Monika Wagner.



„POSEIDON“ Seite A und Seite B ist von 2012



„Rocky“ Seite A und Seite B ist von 2023

Georg Baselitz' ‚Große Nacht im Eimer‘ war 20 Jahre früher. Wie sehr war in den 80er Jahren das Mittel der Provokation überhaupt etwas, das im Kunstkontext noch gewirkt hat? Und ist nicht alles, was daran Provokation sein könnte, eigentlich nur der Gedanke?

Ja, Pornografie findet beim Rezipienten, dem Pornavis, Porntagonisten wirklich im Kopf statt. Es ist die Fantasie der Anderen und

öffnet Möglichkeiten für Projektion. In den menschenleeren Räumen der ONS-Arbeiten kann man seine eigenen Vorstellungen entwickeln. Als Provokation sind die ONSs aber nicht gedacht, obwohl sie alle final mit meinem Sperma signiert sind, wozu mich Spermaflecken in gebrauchten Pornoheften inspiriert haben. Auch Marcel Duchamp, der „Boîte-en-valise“ Nr. XII/XX, für Maria, 1946, Astralonfolie mit Samenflüssigkeit als Original mit dem Titel „PAYSAGE FAUTIF“ (sündige Landschaft) in der Deckelinnenseite des Lederkoffers einfügte und sie damit quasi auch mit Sperma signiert hat, da dachte ich: „Das passt eigentlich – jetzt, wo man Techniken hat, genetisches Material zu identifizieren und zuzuordnen. So dringt die Signatur ins Papier ein und ist im Schwarzlicht sichtbar. Natürlich kann man das Ausradieren auch als Zensur betrachten.“

Ich zerstöre ja Pornohefte, die berühmt/berühmt und bekannt sind, die es gar nicht mehr oft gibt und die teilweise teuer gehandelt werden. Die Kommunikation mit dem Material war und ist mir immer wichtig.

Aktuell arbeitest du viel im Bereich der Videokunst. Dabei konzentrierst dich auf Sequenzen, die eigentlich das extreme Beiwerk eines Pornofilms sind – also beispielsweise auf Szenen, die zu einer Handlung hinleiten. Was macht diese aus? Was unterscheidet sie von vergleichbaren Szenen in einem Hollywood-Streifen oder in einer Soap Opera?

Für die Arbeit „ORIGINAL COPY“ habe ich die Erfahrungen aus den ONS-Arbeiten in das Medium der Pornofilme übertra-

gen. Ich habe aus digitalisierten Pornofilmen Szenen herausgeschnitten, in denen keine Modelle vorkommen. Diese Takes zeigen wie die ONSs Landschaften, Interieurs und Texte – nur in bewegten Bildern mit Ton. Zurzeit habe ich um die zwanzigtausend Takes geschnitten, die bei permanenter Präsentation per Zufall ausgewählt werden, sodass sich 20.000 hoch 20.000 Möglichkeiten der Kombination der Takes ergeben, was bedeutet, dass man die Arbeit tagelang ansehen kann und sich immer wieder neue Take-Konstellationen ergeben. Hollywoodfilme und Soap Operas haben natürlich ein wesentlich höheres Budget als Pornofilme. Deren Drehorte sind dafür anders spektakulär: Es sind Zeitdokumente von Orten queeren Lebens wie Bars, Cruising Areas, Toiletten, Strände usw. Es gibt auch Ausschuss-Szenen, die in Hollywoodfilmen nicht vorkommen. Beim Akt fällt z. B. die Kamera auf den Boden und läuft einfach weiter, was nicht rausgeschnitten wird – diese drei Minuten sind somit einfach drin. Man sieht verschmutzte Teppiche und hört Stöhnen. Oder die Kamera schwenkt unmotiviert über Schrankwände, Betten oder Landschaften, um Orte zu charakterisieren – oder vollführt wilde Kamerafahrten, Loops, um einen Gefühlsausbruch zu bebildern. Natürlich gibt es auch Textpassagen wie „five minutes later“ oder „when suddenly“, die auch in Pornoheften vorkommen. Das Einblenden des Wortes „Ende“, „End“, „Fine“ usw. war auch in Pornofilmen früher üblich und wurde in Pornoheften aufgegriffen, wodurch es auch ONS-Ende-Arbeiten gibt.

Dokumentierst du bei deinen Arbeiten als Beiprodukt einen Blick auf eine sich verändernde Sexualität und Erotikempfinden?

Ja, was als erotisch empfunden wurde und wird, zeigt sich z. B. in den Tonspuren der Takes, in ihrer Musik und den Geräuschen. Die Surfszene und die dazugehörige Musik wa-



Ausstellungsansicht

ren mal sehr hipp. Graffiti war eine Zeitlang angesagt. Es gibt Pornos mit Graffiti in Wohnräumen, Toiletten oder auf graffitierten Halfpipes, was als total sexy empfunden wurde. Wenn man das so wahrnimmt und dann auch sieht, dass Halfpipes in der Kunst erst 10 bis 20 Jahre später angekommen sind ... Es gibt Themen, die vom Porno in die Kunst und Mode übergegangen sind – natürlich auch umgekehrt. Tätowierungen gehören auch dazu.

Besteht aufgrund des Wandels der Medien die Gefahr, dass dir der Material-Vorrat ausgeht?

Ich habe Sammlungen von Pornofilmen, -heften und -seiten, aus denen ich schöpfen kann. Aus Nachlässen homosexueller Männer wurden Unmengen an Pornomaterialien an das Schwule Museum in Berlin gegeben. Dort werden z. B. die Hefte in dreifacher Auflage gesammelt. Die für das Museum und den Handel uninteressanten Hefte habe ich dort immer in einer riesigen Kiste gesichtet und mir interessante Seiten oder Hefte rausnehmen dürfen, bevor sie entsorgt wurden. Häufig ist in Heften ja nur eine Seite interessant. Und natürlich bin ich früher auch auf der Reeperbahn losgezogen und habe für 50 Pfennig oder eine Mark solche Hefte gekauft – das war damals noch möglich. Heute werden viele als Vintage meist sehr viel teurer gehandelt. Ich kann mir aber auch durchaus vorstellen, dass mir andere Sachen einfallen, als ausschließlich Pornohefte und -filme zu bearbeiten.

Lieber Jan-Holger, vielen Dank für diese Insights und das Gespräch!



Jan-Holger Mauss wird vertreten durch die Laura Mars Gallery in Berlin www.lauramars.de. Das vollständige Interview finden Sie auch unter www.spiegelberger-stiftung.de

Transformationen finanzieren

Tipps aus der Expertenrunde



Marika Ott, Nachhaltigkeitsmanagerin Hamburger Volksbank, Steffen Wüsthof, Nicole Grube, Bereichsleiterin Marktfolgekredit

Digitalisierung, Nachhaltigkeit, schnellere Marktzyklen: Unternehmen und ihre Geschäftsmodelle müssen Schritt halten und brauchen mehr Kapital und Beratung denn je für ihre Transformation. Im Expertengespräch mit Steffen Wüsthof, Firmenkundenleiter der Hamburger Volksbank, gibt es wertvolle Tipps, wie der Wandel gemeinsam gemeistert werden kann.

01 Tiefe der Transformation erkennen

Die Transformation ist eine der komplexesten Aufgaben, die Unternehmen zu bewältigen haben. Als Unternehmen müssen Sie dabei langfristig erfolgreich bleiben und den gesellschaftlichen Erwartungen entsprechen. Umso wichtiger ist es, die Fähigkeit zu entwickeln, die Dauer und den Umfang von Transformationen frühzeitig zu erkennen und entsprechend zu handeln. Diese Aufgabe ist komplex, weil Transformationen geplant und gesteuert werden müssen – nicht zuletzt aufgrund der vielen Einflussfaktoren und Wechselwirkungen, die fundamentalen Wandel mit sich bringt.

02 Transformation gemeinsam meistern

Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind unumstritten die beiden omnipräsenten Themen der heutigen Zeit und bieten Synergieeffekte. Beide Themen wirken wechselseitig auf Branchen, Strukturen, Geschäftsmodelle, Prozesse, Angebote und deren Kommunikation. Bei der Entwicklung und Finanzierung neuer zukunftsfähiger Geschäftsmodelle nimmt Ihre Hausbank hierbei eine besondere Rolle ein. Als strategischer Partner sollte sie mit entsprechender Expertise, maßgeschneiderten Finanzierungslösungen und einem erweiterten Netzwerk aus Nachhaltigkeits- und Fördermittelberatern und Zertifizierern beraten.

03 Die Rolle der Banken erkennen

Der Bankensektor ist durch die Verabschiedung des EU-Aktionsplans zur Finanzierung nachhaltigen Wachstums seit 2018 offiziell in einer Schlüsselrolle, die Transformation der Wirtschaft mitzugestalten.

Vor diesem Hintergrund ist es für die finanzierende Bank wichtig, transformatorische Maßnahmen bei den Unternehmen zu erkennen, um passgenaue Lösungen unterbreiten zu können.

Neben dem gesellschaftlichen Wandel zu mehr Nachhaltigkeit und den damit veränderten Nachfragepräferenzen haben regulatorische Anforderungen Einzug in die Beratung genommen. Seit Jahresbeginn kommt keine Bank mehr um eine ESG-Risikobetrachtung im Kreditgeschäft herum.

04 Neue Risikobetrachtung kennen

Ab diesem Jahr berücksichtigen Banken ESG-Risiken (Environmental, Social und Governance) zu Klima- und Umwelt Risiken, sozialen Risiken und Risiken aus unethischer Unternehmensführung bei der Kreditvergabe. Dies impliziert, dass Banken zunächst diese Daten beim Kunden erheben. Hierbei greifen Digitalisierung und Nachhaltigkeit wiederum ineinander, da eine Vielzahl an Daten zur Messung und Steuerung von ESG-Risiken notwendig sind.

05 ESG-Risiken bewertbar machen

Um ESG-Risiken in der Kreditvergabe messbar und für Banken bewertbar zu machen, ist eine systematische Datenerhebung entscheidend. Dies geschieht zumeist durch einen Fragebogen,

der zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht bankenübergreifend einheitlich ist. Auf Basis von Branche und Standort werden weitere qualitative und quantitative Daten, wie zum Beispiel CO₂-Emissionen, Verbrauchsdaten von (Ab-)wasser, Strom und Wärme, aber auch Angaben zu Arbeitsschutz und Weiterbildung der Mitarbeiter erhoben. Diese Angaben münden in einem Score von A (sehr geringes Risiko) bis E (sehr hohes Risiko), der neben dem aktuellen Stand auch Ihre Transformationsbemühungen darlegt.

Unser Tipp

Auch als kleineres und mittleres Unternehmen, das noch keine unmittelbare regulatorische Verpflichtung dazu hat, sollten Sie für Ihre Stakeholder einen ESG-Datenhaushalt aufbauen. Dabei spielt die digitale Nachverfolgbarkeit der Lieferkette eine zunehmend relevante Rolle. Inwiefern diese Kriterien von Ihrer Bank honoriert werden, wird aktuell noch von Institut zu Institut unterschiedlich gehandhabt.



Steffen Wüsthof
Bereichsleiter Firmenkunden
Hamburger Volksbank

Kontakt

Hamburger Volksbank
Hammerbrookstraße 63 - 65
20097 Hamburg

www.hamburger-volksbank.de

Lernbereitschaft als Transformationsfaktor

Wie Unternehmen durch eine zukunftsorientierte Lernkultur punkten

Von Anna Heimböckel

Unternehmen stehen heute vor der Herausforderung, sich in einer schnelllebigen und digitalen Welt kontinuierlich anpassen zu müssen. Die Bereitschaft für Veränderung und Lernen muss integraler Bestandteil der Unternehmenskulturen werden. Nur mit einer dynamischen Lernkultur sind Firmen in der Lage, flexibel auf neue Lernanforderungen zu reagieren und die notwendigen Kompetenzen gezielt zu entwickeln.

Lernkultur als Faktor in der Transformation

Lernkultur beschreibt die Art und Weise, wie Lernen in einer Organisation gestaltet, gefördert und gelebt wird. Sie setzt sich aus gemeinsamen Werten, Einstellungen, Handlungen und Zielen zusammen. Eine starke Lernkultur schafft einen Rahmen, in dem Mitarbeiter kontinuierlich ihre Fähigkeiten ausbauen und sich neuen Herausforderungen anpassen können. Unternehmen mit einer positiven Lernkultur zeichnen sich durch vielfältige und gut durchdachte Lernformate sowie unterstützende Strukturen aus. Die Auswirkungen dieser Kultur zeigen sich nicht nur in der Leistung des Unternehmens, sondern auch in der Einstellung der Beschäftigten. Je mehr die Menschen und die Organisation als Ganzes bereit und fähig sind, zu lernen, desto reibungsloser verläuft die Umsetzung komplexer Transformationsprozesse.

Grundsätzlich aber gilt: Eine Lernkultur kann nicht installiert, sondern muss aus dem Engagement und dem Commitment der Organisation heraus entstehen und gelebt werden. Die gezielte Integration unterschiedlicher Impulse und Angebote auf individueller, Team- und organisatorischer Ebene ermöglicht es Unternehmen, die Bewegung hin zu einer positiven Lernkultur anzustoßen.

Ausgangspunkt dieses Prozesses ist das Verständnis, Lernen als Chance und Kern einer jeden Veränderung zu verstehen.

Erfolgsfaktoren & Säulen für eine gute Lernkultur

Individuell betrachtet, ist der Zugang zu effektiven Lernmöglichkeiten entscheidend. Erst das stellt sicher, dass die notwendigen Kompetenzen für die Transformation überhaupt entwickelt und angewendet werden können. Auf der Team-Ebene sind Kommunikation und Zusammenarbeit zentral. Eine offene Kommunikationskultur fördert den Wissensaustausch und ermöglicht eine effiziente Koordination innerhalb der Teams. Das ist wichtig, um gemeinsam an Transformationsprojekten zu arbeiten und Synergien zu nutzen. Organisatorisch sind Führung und Organisationskultur die Dreh- und Angelpunkte. Ein Umfeld zu schaffen, in dem alle offen über ihre Lernbedürfnisse sprechen können und diese als Chance und nicht als Lücke sehen, erhöht die Anpassungsfähigkeit der Belegschaft. Dabei geht es nicht nur um eine positive Lernatmosphäre, sondern auch um die Stärkung der Mitarbeiter-

bindung an das Unternehmen, was in Phasen der Veränderung ganz entscheidend ist.

Eine dynamische Lernkultur beginnt mit der Eigeninitiative jedes einzelnen Beschäftigten.

Es ist wichtig, dass Mitarbeiter aktiv ihre Lerninteressen verfolgen und ihre Fähigkeiten ausbauen. Ihr Interesse zu wecken, ist hierbei ein zentraler Erfolgsfaktor, der die intrinsische Motivation fördert und den individuellen Lernprozess vorantreibt.

Indem Unternehmen nicht nur reaktiv, sondern auch proaktiv auf zukünftige Anforderungen schauen, können sie sicherstellen, dass ihre Belegschaft die erforderlichen Fähigkeiten entwickelt, bevor sie unmittelbar benötigt werden. Um den vielfältigen Bedürfnissen jedes Einzelnen zu entsprechen, bietet es sich an, verschiedene Lernformate und -möglichkeiten anzubieten. Die Integration von Online- und Präsenzs Schulungen, Peer-Learning und individuellen Lernprojekten schafft eine flexible Lernumgebung, die unterschiedliche

Lernstile und -eigenheiten berücksichtigt und eine breite Akzeptanz der Bildungsmaßnahmen sicherstellt. Austausch und interner Wissenstransfer bilden weitere Säulen einer erfolgreichen Lernkultur. Wissen wird nicht als persönlicher Schatz betrachtet, sondern als integraler Bestandteil des gesamten Unternehmens. Regelmäßige Formate für aktiven Austausch und Wissenstransfer fördern die Kollaboration und den Wissensfluss. Hierbei spielen Führungskräfte eine entscheidende Rolle, indem sie den offenen Austausch vorleben und aktiv daran teilnehmen.

Lernbereitschaft und eine proaktive Lernkultur sind somit nicht nur Erfolgsfaktoren, sondern der Schlüssel zu einer nachhaltigen und zukunftsorientierten Unternehmensentwicklung.

Beispiel: Lernen aus Fehlern

Wir alle machen Fehler – warum nicht daraus lernen? Wenn Fehler als natürlich angesehen und offen thematisiert werden, ermöglicht dies kontinuierliches Lernen und Wachstum. Die Etablierung einer Fehlerkultur und ein offener Umgang mit Fehlern fördert Innovation und ermöglicht es Unternehmen, aus Herausforderungen zu lernen, anstatt diese zu verbergen. Eine gelebte Fehlerkultur schafft Raum für kontinuierliche Verbesserung und Entwicklung während des Transformationsprozesses.

www.aga.de

Anzeige

KALAND
IMMOBILIEN MANAGEMENT

Gestalten, statt (nur) verwalten.

Wir unterstützen Ihre Immobilieninvestitionen umfassend und mit unternehmerischer Weitsicht.



PROPERTY
MANAGEMENT



ASSET- / INVESTMENT-
MANAGEMENT



PROJEKT-
STEUERUNG



PROJEKT-
ENTWICKLUNG

Frühblüher

Anzeige

Endlich Frühling!
Es zieht uns ins Freie, wo Produkte
von Gudewer den Aufenthalt verschönern.

Alle Produkte sind erhältlich bei: www.gudewer.com



ab 6.795 €

Manutti Muyu

Umgeben von einem Gefühl der Reinheit bietet Muyu eine Lounge-Kollektion sowie leichte und luftige Stühle. Weiche, abgerundete Verbindungen sorgen dafür, dass die eleganten Teakholz-Silhouetten nahtlos in eine einzige organische Struktur übergehen. Ergänzt durch große, flauschige Kissen, lädt Muyu zu geselligen Momenten im Freien ein - vom Sonnenaufgang bis zum Sonnenuntergang.

Domani - Pottery - Lava

Jedes Domani ist einzigartig und zeugt von höchster Leidenschaft und Handwerkskunst. Von der Natur inspiriert ist dieses wunderschöne Pflanzgefäß aus hochwertigem Terracotta. Von bester Qualität aus Belgien mit einer hohen Frostbeständigkeit.



ab 835 €

ab 4.535 €



B&B Italia Outdoor La Bambola

Der witterungsbeständige, langlebige Sessel Bambola ist Teil der berühmten Kollektion Le Bambole von Mario Bellini. Er wird in einer neuen Version für den Außenbereich angeboten - mit den gleichen weichen Kurven und einladenden Formen, die das Originaldesign zu einem Klassiker gemacht haben.

Fermob Bistro 2er-Bank

Bistro verkörpert die französische Lebensart ebenso wie der Eiffelturm, der im selben Jahr entstanden ist! Bistro erschien im Jahre 1889 und war bei den Limonadenverkäufern, die ihre ersten Terrassen eröffneten, sofort besonders beliebt. Neben dem symbolträchtigen Design bietet Bistro den Vorteil, sich im Handumdrehen zusammenklappen zu lassen.



245 €



ab 9.670 €

Tribù - luxuriöses Leben im Freien

Otto Dining ist der neue Esstisch aus dem belgischen Haus Tribù. Wie antike architektonische Säulen tragen die beiden robusten und doch elegant gemusterten Sockel eine schwimmende, rechteckige Tischplatte, die in Keramik und natürlichem Travertin erhältlich ist, was das langlebige und zeitlose Design für viele Außenbereiche geeignet macht.

SEIT 125 JAHREN IHR VERSICHERUNGSPARTNER

LASSEN
SIE SICH
BERATEN!



pantaenius.eu

PANTAENIUS
VERSICHERUNGSMAKLER

Freiherr von Gleichenstein

- neuer Geist in alter Tradition

Von Oliver Burschberg



Das traditionsreiche Weingut liegt am Kaiserstuhl in Baden, einer der sonnenreichsten und wärmsten Region im Südwesten Deutschlands. Von den berühmten Weinbergslagen Oberrotweiler Eichberg, Henkenberg und dem Ihringer Winklerberg schaut man über die Rheinebene auf die französischen Vogesen. Auf den 45 Hektar Rebflächen baut die Familie hauptsächlich Burgundersorten an.



Johannes von Gleichenstein und seine Frau Chrissi führen das Familienweingut nun in der 11. Generation und entwickeln den Betrieb beständig und mit Sorgfalt immer weiter.

Lieber Johannes von Gleichenstein, selbst wir im schneearmen Norden hatten diesen Winter einige Wochen eine geschlossene Schneedecke. Wie kann man sich im warmen Baden einen normalen Winter vorstellen, und wann kommen die Rebstöcke am Kaiserstuhl in Winterruhe?

Die Winterruhe der Rebstöcke beginnt hier gegen Ende Oktober, dann hat die Rebe alle Blätter abgeworfen, was ein deutlichstes Zeichen für den Beginn der Vegetationspause ist. Eine geschlossene Schneedecke gibt es in unserer Gegend sehr selten, aber eine solche kommt in manchen Wintern schon vor. Jedoch haben wir vereinzelt Tage mit Temperaturen von bis zu -10° C, was für die Rebe nicht gefährlich wird – ab -15° ändert sich das jedoch. Auf der anderen Seite gibt es aber auch im Winter immer mal wieder Tage mit Temperaturen von 15-20° C.

Sie sind mit Ihrer Frau nun schon seit 2003 verantwortlich für das Weingut, und es wurde in dieser Zeit viel weiterentwickelt. Was waren in dieser Zeit die wichtigsten Veränderungen?

Mein Vater hatte Gefallen daran, möglichst viele Rebsorten anzupflanzen und auszubauen. Somit haben wir den Betrieb 2003 mit 14 Rebsorten übernommen. Chrissi und ich lieben die Burgundersorten, außerdem sind wir der Meinung, dass diese zum Kaiserstuhl passen und seine Vielfalt widerspiegeln. Das war der Grund, weswegen wir unseren Rebsortenspiegel in den letzten Jahrzehnten auf heute fünf Sorten reduziert haben. Am stärksten vertreten ist der Grauburgunder mit 48 %, Weiß- und Spätburgunder mit jeweils 20 %, Chardonnay mit 10 % und Muskateller mit 2 %. Gleichzeitig haben wir unsere Rebfläche seit der Übernahme verdoppelt.

Im letzten Jahr haben Sie Ihre kompletten Ausstattungen geändert. Wie wurde das frische Design von den Kunden aufgenommen, und wie wichtig sind Etiketten für traditionsreiche Betriebe?

Bei der alten Ausstattung hatten wir für alle Weine nur ein Etikett – egal, um welche Qualität es sich gehandelt hat. Deswegen war es uns wichtig, dass wir den Kunden mit der Ausstattung vermitteln, was ihn erwartet.

Das Feedback der Kunden ist durchgängig positiv, und unsere Attention wird vom Kunden verstanden.

Natürlich mussten wir bei der Gestaltung darauf achten, dass tragende Elemente, die unseren Traditionsbetrieb seit Jahrzehnten begleiten, nicht rausfallen, sondern in einer „schmaleren“ oder „leichteren“ Version weiterhin Bestandteil sind – wie z. B. unser Wappen. Aber gerade das macht es spannend, bei der Neugestaltung eine gute Balance zu finden.

Der
Autor



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

cabernetandfriends@t-online.de

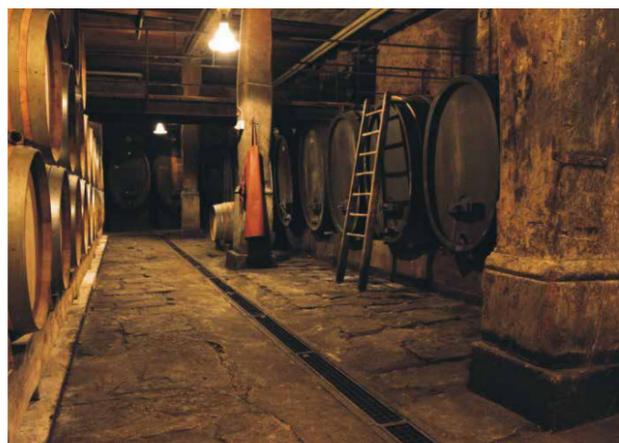
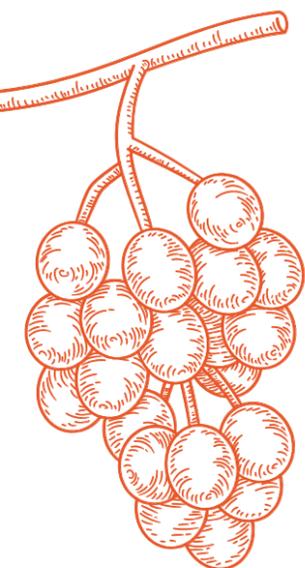


Baron Philipp und Baron Louis, die beiden hochwertigsten Weine des Weinguts haben Sie nach Ihren Kindern benannt. Sind diese in ihren Ferien und zur Erntezeit schon tatkräftig im Betrieb dabei?

Bei der Lese der beiden Weine ist es für die Jungs eine Selbstverständlichkeit, zu helfen. Philipp sitzt gerade am Abitur und wird den Betrieb später einmal weiterführen. Er wird dieses Jahr das erste Mal die komplette Zeit der Weinlese begleiten und nächstes Jahr seine Ausbildung/Studium beginnen.

Natürlich sind Ihre klassischen Weißen und Roten Burgunderweine weiterhin der größte Anteil, aber auch Ihre Winzersekte und Crémants haben eine große Fangemeinde erlangt. Wie kam es dazu?

Wir sind eine sehr große und trinkfreudige Familie, die gerne feiert – und dies vorzugsweise mit den eigenen Weinen. Da fehlte bis 1988 noch etwas Prickelndes. So kam die Idee



zu unserem Winzersekt auf. Der erste Jahrgang war dann 1988 – und somit einer der ersten in Baden. Unser Crémant dagegen ist das jüngste Mitglied in unsere Produktpalette; er ist das „Baby“ meiner Frau. Ihre Idee war es, etwas Modernes und Leichteres zu kreieren, was Jung und Alt begeistert, und das ist ihr äußerst gut gelungen. Von der Ausstattung (ohne Wappen) bis zum Produkt kommt er sehr gut an!

Seit kurzem sind Sie auch in einem Schwarzwald Vermouth Projekt involviert. Die Zielgruppe ist jedoch eine andere! Wie kam es dazu, und wohin soll die Reise gehen?

Die Idee zu „apros Vermouth“ hatte ein guter Freund von uns aus Freiburg, der mit meiner Frau die Schulbank gedrückt hat.

Ursprünglich sollte ich nur weinberatend unterstützen, uns gefiel jedoch die Idee so gut, dass wir auch als Investoren mit eingestiegen sind.



Die Zielgruppe würde ich gar nicht so weit von unseren Weingutskunden sehen, da es sich um einen Vermouth handelt, bei dem die „Weinigkeit“ sehr im Vordergrund steht. Da wir unseren „apros“ bereits nach Spanien, Israel, Norwegen, Finnland, Italien, Österreich, Schweiz und Hongkong verkauft haben, sind wir gespannt und optimistisch, dass der Absatz noch weiterhin erfolgreich sein wird. Der Trend zum Vermouth in Deutschland ist auf jeden Fall zu erkennen.

Lieber Johannes von Gleichenstein, vielen Dank für das Interview! Und sollten Sie zu Besuch im Norden sein, sind Sie immer sehr herzlich zum Roundtable-Gespräch oder einer Verkostung mit Hamburger Familienunternehmern willkommen.



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

Alles was Recht ist

Juristische Take-aways für Unternehmer

zubereitet von den Anwälten von Brödermann Jahn

01

Persönlich unbeschränkt haftender Gesellschafter? Der Name ist auch in der Insolvenz Programm.

(BGH Urteil vom 21.11.2023 – II ZR 69/22)

Der persönlich unbeschränkt haftende Gesellschafter einer Personengesellschaft haftet regelmäßig auch für die Gerichtskosten des über das Vermögen der Gesellschaft eröffneten Insolvenzverfahrens sowie die Vergütung und die Auslagen des Insolvenzverwalters.

Das sagen die Richter:

Ein Insolvenzverwalter hat aus § 63 Abs. 1 S. 1 InsO einen Anspruch auf Vergütung für seine Geschäftsführung und auf Erstattung angemessener Auslagen, wie Gerichtskosten. Schuldner dieses Anspruches ist der Insolvenzschnuldner – mithin die insolvente Gesellschaft.

Es war bisher umstritten und höchststrichlerlich ungeklärt, ob der Gesellschafter einer Personengesellschaft auch für die Kosten des Insolvenzverfahrens haftet. Der BGH hat eine solche Haftung nunmehr bejaht und eine Rechtsprechungsänderung vollzogen. Die Haftung kann erheblich ausfallen, z. B. sofern dem Insolvenzverwalter aufgrund einer großen Insolvenzmasse eine hohe Grundvergütung zusteht oder Zuschläge erhoben werden.

02

Keine Anonymität in der Publikumsgesellschaft

(BGH Urteil vom 24.10.2023 – II ZB 3/23)

Ein Mitgesellschafter hat Anspruch auf Nennung der Namen, Titel, Adressen und Beteiligungshöhen seiner Mitgesellschafter

Das sagen die Richter:

Es sei weder missbräuchlich noch verstoße es gegen Datenschutzrecht, wenn ein Gesellschafter einer Fondsgesellschaft verlangt, detaillierte Kontaktdaten von seinen Mitgesellschaftern zu bekommen, um diesen ein Angebot zum Kauf ihrer jeweiligen Beteiligung zu unterbreiten. Das gilt auch für sogenannte Publikumsgesellschaften, also Fonds, an denen dutzende oder gar hunderte von Gesellschaftern beteiligt sind. Auch kleine Investments können also gläsern machen.

03

Datenschutz – auch beim Einkauf

(EuGH, Urteil vom 25.01.24, Rs. C-687/21)

Der Käufer eines Fernsehers, dessen Kundendaten versehentlich an den in der Kassenschlange wartenden Kunden gelangen, hat Anspruch auf Schadensersatz – aber nicht schrankenlos.

Das sagen die Richter:

Der Europäische Gerichtshof musste die Frage des Amtsgerichts Hagen beantworten, nach welchen Kriterien der Kunde eines Kaufhauses Schadensersatz verlangen kann, dessen Kauf- und Kreditvertrag in die Hände eines vordrängelnden Kunden geriet. Mit den Antworten legte der EuGH die hierzu maßgeblichen Normen der Europäischen Datenschutzgrundverordnung (DGSV) aus. Für den deutschen Juristen klangen die Antworten glücklicherweise vertraut. Auch ein Schadensersatzanspruch nach der DGSV setzt voraus, dass der Betroffene tatsächlich einen Schaden erlitten hat (und sei es einen immateriellen wie z. B. Rufschädigung) und dass der Schadensersatz nur den tatsächlichen Schaden ausgleichen soll und nicht eine darüber hinausgehende Straffunktion hat (wie der punitive damage im US-amerikanischen Recht hat). Jetzt muss das Amtsgericht entscheiden. Für den Fernsehkäufer sieht es schlecht aus. Unternehmer können etwas aufatmen. Das Bußgeldrisiko der DGSVO mag zwar schwer vorhersehbar sein, der Schadensersatzanspruch folgt jedoch bekannten Bahnen.

04

Das Konzept der Emotion lässt den BGH kalt

(BGH, Urteil vom 7.12.23, I ZR 126/22)

Die Idee, sein Produkt mit einem „Emotionschlagwort“ zu versehen, unterliegt nicht dem wettbewerbsrechtlichen Nachahmschutz.

Das sagen die Richter:

Ein Marmeladenhersteller hat seine Konfitüregläser mit der Aufschrift „GLÜCK“ versehen. Ein Wettbewerber konterte mit „LieBee“ für seinen Honig. Der Versuch, den Wettbewerber daran zu hindern, ein gleichfalls emotionales Label zu verwenden, wies der BGH zurück. Zwar gibt § 4 Nr. 3 UWG einen Nachahmschutz. Dieser ist aber auf die wettbewerbliche Eigenart beschränkt. Diese wird nach Ansicht der Richter aber nur in ihrer konkreten Ausformung geschützt. Nicht geschützt sei die „dahinterstehende abstrakte Idee“. Das mit dem Glück auf dem Marmeladenglas ist zwar ein guter Einfall. Es gibt aber keinen Schutz, wenn die Wettbewerber eine gute Idee abwandeln.



05

Lügen vor Gericht – kein Problem

(BGH, Urteil vom 25.10.23)

Eine bewusst in einem Gerichtsverfahren aufgestellte unwahre Tatsachenbehauptung berechtigt nicht per se die Kündigung eines Mietvertrages.

Das sagen die Richter:

Einem Mieter war gekündigt worden. Ob wirksam oder unwirksam, darüber stritten sich die Instanzen. Während des gerichtlichen Verfahrens lässt der Mieter vortragen, der Vermieter wolle ihn nur heraushaben, weil der einen Käufer für das Objekt habe, der es aber ohne Mieter kaufen wolle. Diesen Vortrag sahen die Richter als unwahr an. Aber das sollte für die vom Vermieter nachgeschobene Kündigung nicht genügen. Denn es sei bei der Würdigung des Kündigungsgrundes auch ein vom Vermieter vorangegangenes vertragswidriges Verhalten des Vermieters in die Prüfung einzubeziehen. Damit muss sich jetzt die untere Instanz befassen.

06

Datenschutz ist kein Tatenschutz

(BAG, Urteil vom 21.11.2023 – II ZR 69/22)

Das Gericht hatte über die Frage zu entscheiden, ob Videoaufnahmen aus einer offenen Überwachungsmaßnahme (Eingangskontrolle zum Werksgelände) im Kündigungsschutzverfahren vor den Arbeitsgerichten als Beweis verwertet werden dürfen, auch wenn diese nicht DSGVO-konform erlangt wurden.

Das sagen die Richter:

Die Richter entschieden, dass Videomaterial, das vorsätzliches vertragswidriges Verhalten des Arbeitnehmers zeigen soll, grundsätzlich auch dann als Beweis verwertet werden darf, wenn die Überwachungsmaßnahme des Arbeitgebers nicht mit den DSGVO-Vorschriften im Einklang stand. Das aus den USA bekannte Beweisverweigerungsverbot unter der anschaulichen Bezeichnung „fruit of the poisonous tree doctrine“ gilt hier nicht.

Ein Verwertungsverbot komme aber in Betracht, wenn die Verwertung selbst einen Grundrechtsverstoß darstellen würde. Erforderlich sei eine Interessenabwägung im Einzelfall. Entscheidend sei unter anderem, ob die Überwachung offen oder verdeckt stattfand, in welchen Situationen zu welchem Zweck überwacht wurde und ob dem Arbeitnehmer vorsätzliches oder fahrlässiges Handeln vorgeworfen werde.

Nicht zu beachten sind etwaige Beweisverwertungsverbote in Betriebsvereinbarungen.

NEUE URTEILE

NEUE GESetze

Neue Gesetze in Sicht!

MoPeG: Neue Schläuche für die GbR (Gesellschaft bürgerlichen Rechts)

Viele Jahrzehnte schlummert die GbR in einem gesetzlichen Dornröschenschlaf. Das hat sich seit dem 1. Januar dieses Jahres durch das Gesetz zur Modernisierung des Personengesellschaftsrechts (MoPeG) geändert. Vieles ist anders. Das hat deshalb beträchtliche Auswirkungen, weil die GbR das klassische Instrument ist, mit dem Ehegatten Immobilien erwerben oder auch Unternehmen projektbezogen miteinander zusammenarbeiten (Beispiel: Die ARGE bei Infrastrukturprojekten).

Neben vielem anderen kann man sich die folgenden drei Änderungen merken:

- Auch für GbR gibt es jetzt ein Register!
- Die eingetragene GbR kann ihr operatives Geschäft ins Ausland verlagern.
- Die eingetragene GbR kann in eine andere Rechtsform problemlos umgewandelt werden, beispielsweise in eine GmbH.

Das ist eine echte Verbesserung, insbesondere bei der unternehmerischen Nutzung der GbR.

Stellt sich jetzt nur noch die Frage, ob eine GbR auch eingetragen werden muss. Im Grundsatz nicht, aber im Einzelfall doch (also die typische Juristen-Antwort).

Anzeige

HAMBURGER VERSORGUNGSWERK
Experten für betriebliche Vorsorge

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

Die Magie der Transformation

Wie wir Zukunft in Wirtschaft und Gesellschaft gemeinsam gestalten

In „Magie der Transformation“ entwirft Reza Razavi, der Wirtschaftsinformatik, Betriebswirtschaft sowie Daten- und Informationsmanagement studiert hat und danach im Management-Zentrum St. Gallen und als Senior Expert für Kultur und Transformation bei der BMW AG arbeitete, eine Roadmap für den partizipativen, evolutionären Prozess einer nachhaltigen Transformation. Mithilfe des Imago-Prinzips veranschaulicht er, wie soziale Bewegungen wachsen und wir gemeinsam eine bessere Zukunft gestalten können. Mit einem fundierten Blick auf Geschichte, Wirtschaft und Naturwissenschaft erklärt Razavi, wie Transformation gelingt – und wie nicht.

Das Imago-Prinzip: Die Metamorphose zum Schmetterling

Damit sich die Raupe nach der Verpuppung zu einem völlig neuen Insekt umprogrammieren kann, tragen Raupen sogenannte Imago-Zellen in sich – ein genetischer Code, der dafür sorgt, dass der Wandel stattfinden kann. Die Zellen werden anfangs vom Körper der Raupe bekämpft, setzen sich aber schließlich durch. Analog zu dieser gelungenen Transformation betrachtet der Autor das Imago-Prinzip als erfolgversprechenden Ansatz für einen Veränderungsprozess, bei dem es anfangs Widerstände gibt, sich aber nach und nach immer mehr Menschen durch den geteilten Sinn und das gemeinsame Anliegen mobilisieren und so die

Transformation als Bewegung ermöglichen.

In seinem Buch vermittelt Reza Razavi neue Perspektiven und Denkansätze anhand von Geschichte und Geschichten, Beispielen und Reflexionen und lädt dazu ein, die immer wiederkehrenden Muster von Transformation besser zu verstehen und auf dieser Grundlage das Verharren im Hier und Jetzt zu überwinden. Das Buch ist eine Inspiration für alle, die Transformation mitgestalten möchten und Verbündete für ihre Ideen suchen.

Verlag: Haufe

Erscheinungsdatum: 6. Mai 2022

Seitenzahl: 224 Seiten (gebunden)

ISBN-10: 3648157639

ISBN-13: 978-3648157633

Preis: 29,95 EUR (gebunden), 28,99 EUR (Kindle)



Anzeige



Ruinar

LA PLUS ANCIENNE MAISON
DE CHAMPAGNE



Fa(I)ke News

Von Falk Röbbelen

„Ich erinnere mich an diesen dicken Scheißtypen, der obendrein doof war, Schulden hatte und seine Wohnung an der lauten Straße aufgeben musste, bevor er in eine Klapsmühle kam und dort abgekratzt ist.“ Klingt grob? Soll ich die gleiche Geschichte schonender erzählen? „Ich erinnere mich an diesen vollschlanen netten Mann, der zur Intelligenzverweigerung tendierte und ein Sondervermögen installiert hat, bevor er seine verkehrsgünstig gelegene Wohnung veräußert hat, in ein Sanatorium ging und dort das Zeitliche segnete.“

Das Stilmittel des Euphemismus beschönigt einen Sachverhalt bis hin zu seiner Verschleierung. Längst haben Euphemismen überall in unserem Sprachgebrauch Einzug erhalten: So wollte keiner in der Schule eine „Ehrenrunde drehen“ oder in einem Arbeitszeugnis die Formulierung finden „Er hat unsere Erwartungen größtenteils erfüllt“. Ein Schrottcomputer etwa wird als „PC für Bastler“ angepriesen oder ein ungepflegter Steinstrand als „Naturstrand“. Auch in Unternehmen treibt dieses rhetorische Stilmittel zynische Blüten: Wir alle haben schon Arbeitskräfte „freigesetzt“. Eine deutsche Privatbank sprach im Zusammenhang einer Entlassung von 80 Mitarbeitern gar von der Stärkung eines Wachstumskurses. Andere erklären Verluste kurzerhand zu einer „Rücklagenanpassung“, und der Vorstandsvorsitzende von Galeria Karstadt hat einen „Befreiungsschlag“ gefeiert – und die Insolvenz gemeint.

Am besten beherrschen natürlich Politiker die Kunst, Problematisches zu verharmlosen oder Unangenehmes zu vertuschen. Da wird eine „Diätenanpassung“ anstatt einer höheren Vergütung gefordert, oder Schulden werden zu einem „Sondervermögen“ erklärt. Und mit einer „physischen Infrastruktur“ meinen sie eigentlich Grenzzäune um die Festung Europa. Und Stromsubventionen für Großunternehmen heißen im Wirtschaftsministerium „Brückensstrompreis“.

Man hat fast Verständnis für diese Kommunikationsstrategie, denn wird versucht, der Wahrheit ins Gesicht zu sehen, sind die Medien zur Stelle.

Deshalb vermeidet man lieber, von „kriegstüchtig“ zu reden und sagt „verteidigungsbereit“ – in der Hoffnung, nicht irgendwann wieder „ins Feld ziehen“ zu müssen. Je populistischer, desto widerlicher wird die Verharmlosung. Donald Trump redete von einer liebevollen Menschenmenge („a loving crowd“) und meinte den Pöbel, der am 6. Februar 2021 das Kapitol in Washington, D. C. stürmte. Auch „alternative Fakten“ statt Lügen kennen wir seit Trump; „alternative Verhörmethoden“ statt Folter kannten wir schon vorher. Das ist natürlich alles nicht neu, und keiner nutzte Euphemismen so menschenverachtend und zynisch wie die Nazis mit Begriffen wie „Sonderbehandlung“ oder gar „Endlösung“.

Mit Themen, mit denen wir uns unwohl fühlen, sind wir auch im Alltag euphemisiert: So sind wir natürlich im Zweifelsfall nicht „alt“, sondern „in den besten Jahren angekommen“. Und besonders fantasievoll sind wir in Bezug auf unser eigenes Ende, wenn wir „ableben“, „dahinscheiden“, „vergehen“, „entschlafen“ oder gar „heimgehen“.

Manchmal schaffen es Euphemismen gar zum Unwort des Jahres – wie im Jahr 1999 der „Kollateralschaden“. Dennoch ist dieses Wort heute wie selbstverständlich in unserem Sprachgebrauch angekommen. Hoffen wir, dass dies für „Re-Migration“, das Unwort des Jahres 2023, nicht bald ebenso gilt ... Sprache kann gefährlich sein. Also reden wir ruhig mal wieder Tacheles! Lassen wir uns nicht einwickeln von an Täuschung grenzender Verharmlosungen, und vom „Leibhaftigen“ wollen wir uns auch nicht ärgern lassen!

In diesem Sinne: Bleiben Sie neugierig!

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

GLOSSE



Isabel Emilia Edvardsson

Ist eine Schwangerschaft als Profitänzerin etwas Besonderes? Gibt es Dinge, die Sie beachten müssen oder wollen?

Es ist für jede Frau etwas Besonderes, und ich muss nichts zusätzlich beachten. Glücklicherweise habe ich den großen Vorteil, dass ich durch mein Tanzen sehr fit bin, beispielsweise eine gute Rückenmuskulatur habe, sodass ich die Schwangerschaft sehr gut vertrage.

Sie haben zwei Tanzschulen eröffnet – in Hamburg und Ahrensburg. Welches sind Ihre größten unternehmerischen Herausforderungen?

Man muss schon viel jonglieren, und es ist auch schwierig, immer alles unter einen Hut zu bringen. Deswegen ist es wichtig, sich immer zusätzliche Freiräume zu schaffen. Nur so gelingt Kreativität und Inspiration, denn im „Abarbeit-Modus“ ist das nicht möglich. Es ist also herausfordernd, die tägliche Arbeit zu schaffen und trotzdem ausreichen Luft für „Free Mind“ zuzulassen – immer positiv bleiben!

Wer ist Isabel Emilia Edvardsson?

Isabel Edvardsson tanzt seit ihrem 13. Lebensjahr und spezialisierte sich mit 21 Jahren auf Standardtanz. Als Tanztrainerin und Wertungsrichterin prägte sie die Szene von 2003 bis 2014. Mit ihrem Partner Marcus Weiß erreichte sie 2007 den Höhepunkt ihrer Karriere, den Gewinn der Europameisterschaft Professional Standard Kür in Balingen. Das markierte das Ende ihrer aktiven Profi-Karriere auf dem 14. Platz der Weltrangliste. Ein bleibender Einfluss in der Welt des Tanzsports.

Lernen ist eine besondere Form der Transformation. Haben Sie Tipps für unsere Leser, wie das Lernen z. B. von Bewegungsabläufen leichter gelingt?

Ich appelliere immer daran, sich etwas bildlich vorzustellen und benutze auch oft Metaphern. Zudem sollten alle Sinne beim Lernen eingebunden sein. Die Augen sind natürlich stark involviert, und wenn ich etwas vortanze, versuche ich, das Körpergefühl optisch bewusst zu übertreiben. Hilfreich sind auch Eselsbrücken zu körperlichen Abläufen im Alltag – man kann das Bild dann besser abspeichern. Zum Schluss ist da natürlich auch das, was Tanzen so schön macht: ein Gefühl für die Musik! Damit speichert der Körper die Abläufe am besten ab; so schafft Tanzen eine Symbiose.

Unternehmertum und Mutterschaft zu verbinden, ist für viele Frauen schwierig. Sie erwarten gerade Ihr drittes Kind. Wie schaffen Sie es, alles erfolgreich zu leben?

Wir haben keine Nanny, wir machen tatsächlich alles alleine. Die Abstimmung zwischen meinem Mann und mir steht dabei an erster Stelle. Marcus kümmert sich mehr um die Ahrensburger Tanzschule, ich mehr um die in Hamburg. Zudem haben wir ein sehr tolles Team, was hinter uns steht und zu dem wir auch ein großes Vertrauen haben – dann geht das.

Sie waren über die Jahre im TV in zahlreichen Funktionen zu sehen. Gibt es Fernsehträume, die Sie sich noch erfüllen möchten?

Ich bin Tänzerin im Herzen! Ich liebe Tanzen, Kultur, Musik. Den sportlichen Teil hat man mit dem Format „Let's dance“ schon abgedeckt, aber wenn ich noch etwas mehr über das Tanzen selbst machen könnte, was man auch noch nicht so kennt, z. B. West Coast Swing, Bachata, Salsa oder auch Social Dance – das würde mich schon reizen, es im Fernsehen zu präsentieren.

Anzeige

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

SAVE THE DATE FAMILIEN- UNTERNEHMER- TAGE 2024

24.–26. April 2024 | Wiesbaden

WIR FEIERN
75 JAHRE!

Unser Gastro-Tipp

Edmondo – das Stück Italien
in einer Kult-Location

Im Herzen Hamburgs, Hohe Bleichen 17, ist in den ehemals von der Hypothekbank genutzten neubarocken Bau wieder ein edles Restaurant eingezogen. Im ersten Stock, wo sich früher die Kassenhalle befand, offeriert das Edmondo nun italienische Küche im spektakulären Ambiente:

Die zentrale Bar leuchtet schon von weitem unter den fünf Meter hohen glänzend grünen Decken. Ein großer Spiegelballon dreht sich und reflektiert das Licht der retro-beleuchteten Theke rundherum. Am Tresen sitzend beginnt bei einem Schluck des sagenhaften Ricky Espresso Martini Ihre Italienreise, und Sie schauen sich weiter um: Hinter seinem Rationalismus mit den kantigen Details, den goldenen Messing-Elementen, den geometrischen Wandpaneelen und der katzenartigen Keramik ist Edmondo als Romantiker bekannt. Dies kommt in den hellen fuchsiarbenen Tischen und den originalen pfirsichfarbenen Terrazzoböden zum Ausdruck. Sie wechseln an einen dieser Tische, nehmen Platz im warmen Licht eines individuell angefertigten Kronleuchters – gleich neben den imposanten Getränkeregalen mit ihren mehr als 2500 Vintage-Flaschen – und machen es sich in dem grünen Samt-Sitz bequem!

Die Speisekarte von Edmondo ist eine Mischung von authentisch italienischen Gerichten und ausgefallenen Kreationen, immer mit super-frischen Produkten. Die Ideen zu den Gerichten kommen von dem italienischen Kochchef Edoardo, der jeden Tag seine Kindheitserinnerungen und die Küchegeheimnisse seiner Nonnas teilt.

Im Mittelpunkt stehen die Produkte, die die Squadra von 180 Erzeugern, die mittlerweile zu Freunden geworden sind, aus ganz Italien bezieht, und bei denen sie direkt und ohne Zwischenhändler einkauft. Produkte, die nicht aus Italien kommen, werden ausschließlich von geschätzten und lokalen Erzeugern bezogen. Alles ist zu 100 % frisch und zu 100 % hausgemacht.

Holen Sie sich Ihr Ticket nach Italien, und genießen Sie das La Dolce Vita-Erlebnis bei Edmondo!

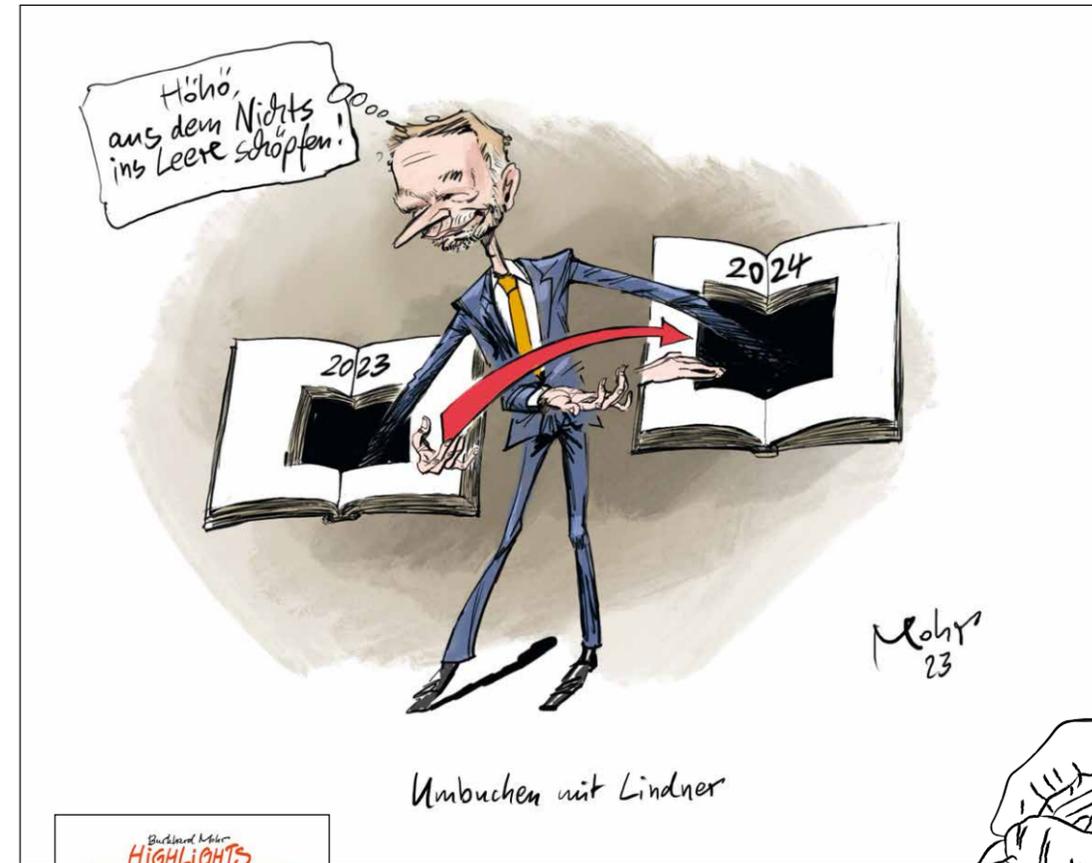
Öffnungszeiten:

Mo-Do
von 12:00 - 14:00 Uhr
und 17:30 - 21:30 Uhr

Fr-So
von 11:45 - 14:30 Uhr
und 17:30 - 21:30/22:00 Uhr

Hohe Bleichen 17
20354 Hamburg

www.bigsquadra.com/restaurants/edmondo-hamburg



Umbuchen mit Lindner



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 – Andres Fischer-Appelt
fischerAppelt AG
Waterloohain 5, 22769 Hamburg

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

Redaktion:

redaktion@hhun.de
Malte Wettern, David Friedemann,
Dr. Björn Castan, Gabriela Friedrich,
Nathalie Rieck, Rene 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:

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:

24. Mai 2024

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 bzw. widerruf@junge-unternehmer.eu oder per Post (Charlottenstraße 24, 10117 Berlin). Für Mitglieder ist der Bezug des Magazins in der Mitgliedschaft enthalten.

Erscheinungsweise: 4x jährlich

RÜCKGRAT ERKENNT MAN AM HANDGELENK.

Die Iron Walker von Wempe ist die Essenz einer zeitlos modernen und zugleich sportlichen Uhr. Reduziert auf das Wesentliche und kompromisslos in der Verarbeitung, wird sie höchsten Ansprüchen gerecht, weil sie an einem Ort gefertigt wurde, der wie kein zweiter in Deutschland für exzellente Uhrmacherkunst steht: Glashütte in Sachsen.



WEMPE IRON WALKER

Glashütte I/SA | Automatik 40 | Edelstahl | Geprüftes Chronometer | 2.855 €

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